

DAFTAR ISI

JUDUL	1
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	12
1.1. Lingkungan Eksternal Perusahaan	12
1.1.1. Gambaran umum Industri kopi di Indonesia	12
1.1.2. Pemain Utama Kedai Kopi di Yogyakarta	13
1.2. Lingkungan Internal Perusahaan	16
1.2.1 Status Kepemilikan	16
1.2.2 Status Hukum Perusahaan	17
1.2.3 Rencana Pendirian Usaha	17
1.3. Rumusan Masalah	18
1.4. Pertanyaan Penelitian	19
1.5. Tujuan Penelitian	19
1.6. Manfaat Penelitian	19
1.7. Sistematika Penulisan	20
BAB II LANDASAN TEORI	21
2.1 Industri Kopi	21
2.2. Profil Penikmat Kopi	23
2.3. Industri Olahan Kopi	25
2.4. Kopi Robusta	27
2.5. Kedai Kopi	28
2.6. Kanvas Model Bisnis	31
2.6.1 Segmentasi Konsumen (<i>Customer Segments</i>)	31
2.6.2 Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	32



2.6.3 Saluran (<i>Channels</i>)	33
2.6.4 Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	34
2.6.5 Aliran Pendapatan (<i>Revenue Stream</i>)	34
2.6.6 Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	36
2.6.7 Aktivitas Utama (<i>Key Activity</i>)	37
2.6.8 Mitra Utama (<i>Key Partnerships</i>)	38
2.6.9 Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>)	39
2.7. Peta Empati	41
BAB III METODA PENELITIAN	44
3.1. Desain Penelitian	44
3.2 Jenis dan Sumber Data	44
3.3. Metoda Pengumpulan Data	45
3.4. Instrumen Penelitian	46
3.5. Metoda Analisis Data	48
3.5.1 Analisis Konten.....	48
3.5.2. Analisis Statistik Deskriptif	49
BAB IV STRATEGI DAN RENCANA	50
4.1. Deskripsi Hasil Wawancara Pemilik Bisnis	50
4.1.1. Dinamika Bisnis dan Informasi Umum Kedai Kopi.....	51
4.1.2. Model Bisnis Kedai Kopi	53
4.2 Hasil Wawancara Calon Pelanggan	56
4.2.1 Apa yang Dilihat.....	57
4.2.2 Apa yang Didengar	58
4.2.3 Apa yang Dipikirkan atau Rasakan	59
Tabel 4.5 Jawaban Wawancara Apa yang Dipikirkan atau Rasakan	60
4.2.4 Apa yang Dikatakan atau Lakukan	61
4.2.5 Apa yang Dikhawatirkan	62
4.2.6 Apa yang Ingin Didapatkan	63
4.3. Model Bisnis Kedai Kopi Robusta Sanctuary	66
4.3.1. Segmentasi Konsumen (<i>Customer Segments</i>)	66
4.3.2. Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	66
4.3.3. Saluran (<i>Channels</i>)	67



4.3.4. Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	68
4.3.5. Aliran Pendapatan (<i>Revenue Streams</i>).....	69
4.3.6. Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>).....	69
4.3.7. Aktivitas Utama (<i>Key Activities</i>)	70
4.3.8. Mitra Utama (<i>Key Partnerships</i>)	71
4.3.9. Struktur Biaya (<i>Cost Structures</i>).....	71
4.4 Analisis Kelayakan Ekonomi	73
4.4.1. Analisis Skenario Normal	74
4.4.2. Analisis Skenario Optimis	75
4.4.3. Analisis Skenario Pesimis.....	77
BAB V RENCANA AKSI.....	79
5.1 Rencana Kegiatan	79
5.2 Ukuran Kinerja	82
5.2.1. Waktu	83
5.2.2. Sumber Daya.....	83
5.2.3. Biaya	85
5.3 Risiko dan Strategi Mitigasi.....	86
5.4 Strategi Keluar	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	91