

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Kopi.....	9
2.2. Kedai Kopi (Kafe).....	11
2.3. <i>Cafe on Wheels</i>	14
2.4. <i>Product Life Cycle</i>	17
2.5. Inovasi Produk.....	20
2.6. Studi Kelayakan Usaha.....	22
2.7. Pemasaran.....	24
2.8. Strategi Pemasaran.....	25
2.9. <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	26
2.10. Bauran Pemasaran.....	27
2.11. Faktor Lingkungan Eksternal dan Internal.....	28
2.12. <i>Porter's Five Forces Model</i>	32
2.13. <i>Balanced Scorecard</i>	33

2.14.	Matriks <i>External Factor Evaluation</i>	33
2.15.	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i>	34
2.16.	Matriks Internal Eksternal	35
2.17.	Kerangka Konsep Penelitian	37
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1.	Desain Penelitian	38
3.2.	Objek Penelitian	39
3.3.	Jenis dan Metode Pengumpulan Data	39
3.3.1.	Data Primer	40
3.3.2.	Data Sekunder	41
3.4.	Instrumen Penelitian	41
3.5.	Metode Sampling	42
3.6.	Metode Analisis Data	43
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1.	Gambaran Umum Industri <i>Cafe On Wheels</i>	49
4.2.	Profil dan Model Bisnis Kopi Tugo	51
4.2.1.	Sejarah dan Konsep Usaha	51
4.2.2.	Model Operasional dan Titik Distribusi	52
4.2.3.	Struktur Organisasi dan SDM	55
4.2.4.	Nilai dan Tujuan Usaha	57
4.3.	Karakteristik Bisnis dan Operasional	59
4.3.1.	Karakteristik Produk dan Proses Produksi	59
4.3.2.	Sistem Pengelolaan dan Efisiensi Operasional	64
4.3.3.	Kinerja Internal dan Upaya Peningkatan Kompetensi	70
4.4.	Analisis Pasar dan Posisi Kompetitif Kopi Tugo	73
4.4.1.	Peluang dan Tantangan Masuknya Pemain Baru	73
4.4.2.	Hubungan dengan Pemasok dan Ketergantungan Pasokan	74
4.4.3.	Preferensi dan Daya Tawar Konsumen	75
4.4.5.	Dinamika Persaingan dan Strategi Diferensiasi	76
4.5.	Analisis Strategi Pemasaran Kopi Tugo	77
4.5.1.	Analisis Bauran Pemasaran	78

4.5.2.	Analisis Komparatif dan <i>Benchmarking</i>	88
4.6.	Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	100
4.6.1.	Faktor Internal	101
4.6.2.	Matriks Faktor Strategi Internal	104
4.6.3.	Faktor Eksternal	108
4.6.4.	Matrik Faktor Strategi Eksternal	111
4.7.	Matrik Internal Eksternal	115
4.8.	Rekomendasi Strategi.....	117
4.8.1.	Penetrasi Pasar.....	117
4.8.2.	Pengembangan Produk.....	119
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....		121
5.1.	Kesimpulan.....	121
5.2.	Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA		124
LAMPIRAN		130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Konsumsi Kopi di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Kopi Keliling Modern	3
Gambar 1.3 Kopi Jago.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian	37
Gambar 3.1 Matriks Internal Eksternal	46
Gambar 4.1 Gerobak Listrik Jago Versi 1.0 pada Tahun 2019.....	51
Gambar 4.2 <i>Electric Cart</i> Kopi Tugo.....	53
Gambar 4.3 Desain Visual Kopi Tugo	61
Gambar 4.4 Grafik Penjualan Kopi Tugo	71
Gambar 4.5 Desain <i>Cup</i> Hari Kasih Sayang	83
Gambar 4.6 Desain <i>Cup</i> Ramadan	83
Gambar 4.7 Analisis Matriks Internal Eksternal.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Kopi Tugo Bulan Januari-Juni	5
Tabel 2.1 Contoh Matriks EFE	34
Tabel 2.2 Contoh Matriks IFE.....	35
Tabel 4.1 Spesifikasi Teknis <i>Electric Cart</i> Kopi Tugo.....	53
Tabel 4.2 Pemetaan Lokasi Operasi Kopi Tugo	54
Tabel 4.3 Posisi dan Tanggung Jawab	55
Tabel 4.4 Daftar Produk Kopi Tugo.....	60
Tabel 4.5 Performa Keuangan.....	71
Tabel 4.6 Tabel Perbandingan Varian Produk	89
Tabel 4.7 Tabel Perbandingan Harga	91
Tabel 4.8 Tabel Perbandingan Titik Operasional.....	92
Tabel 4.9 Tabel Perbandingan Promosi	93
Tabel 4.10 Tabel Perbandingan Sumber Daya Manusia	95
Tabel 4.11 Tabel Perbandingan Proses Pelayanan.....	97
Tabel 4.12 Tabel Perbandingan <i>Physical Evidence</i>	99
Tabel 4.13 Pembobotan Faktor Strategi Internal	105
Tabel 4.14 Hasil Analisis Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i>	106
Tabel 4.15 Pembobotan Faktor Strategi Eksternal.....	112
Tabel 4.16 Hasil Analisis Matriks <i>External Factor Evaluation</i>	113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara Pengelola Kopi Tugo	130
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara Merek Kompetitor.....	135
Lampiran 3. Daftar Narasumber Pengelola Kopi Tugo	136
Lampiran 4. Daftar Narasumber Merek Kompetitor.....	136
Lampiran 5. Kuesioner Perspektif Konsumen Kopi Tugo.....	137