

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUWANI COFFEE

SKRIPSI

JALUR BISNIS PLAN

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1

pada Program Studi S1-Kewirausahaan



Disusun oleh:

NADA HUMAIRA

21.92.0313

PROGRAM STUDI SARJANA KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2025

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUWANI COFFEE

SKRIPSI

JALUR BISNIS PLAN

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1

pada Program Studi S1-Kewirausahaan



Disusun oleh:

NADA HUMAIRA

21.92.0313

PROGRAM STUDI SARJANA KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUWANI COFFEE

yang disusun dan diajukan oleh

Nada Humaira

21.92.0313

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 4 Juni 2025



Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M.

NIK. 190302663

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUWANI COFFEE

yang disusun dan diajukan oleh

Nada Humaira

21.92.0313

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 1 Juli 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Yusuf Amri Amrullah, S.E., M.M.
NIK. 190302308



Tanti Prita Hapsari, S.E., M.Si.
NIK. 190302303



Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M.
NIK. 190302663



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis
Tanggal 1 Juli 2025



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D
NIK. 190302125

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Nada Humaira
NIM : 21.92.0313

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Strategi Pengembangan Usaha Buwani Coffee

Dosen Pembimbing : Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M.

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 4 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Nada Humaira

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, dan dengan seluruh limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan rasa syukur Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Diri saya sendiri atas ketekunan, kesabaran, dan semangat sampai detik ini hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Kedua orang tua saya Ayah Miftahudin, Ibu Siti Rohmani dan Setya Kemal Akhtar selaku kakak penulis atas segala segala do'a dan dukungan yang selalu diberikan kepada saya.
3. Teman-teman seperjuangan saya pada masa P2MW atas keterlibatan nya dalam operasional Buwani Coffee hingga program tersebut terselesaikan dengan sangat baik.
4. Semua sahabat dan teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan yang tiada henti hingga saat ini.
5. Teman-teman seperjuangan saya di Prodi Kewirausahaan angkatan 2021 atas motivasi, kerja sama, dan semangat yang diberikan selama menjalankan masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Buwani Coffee" yang diajukan sebagai syarat untuk mencapai derajat sarjana S1 di Program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.

Selama proses penulisan laporan ini, penulis memperoleh banyak dukungan, masukan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Suyatmi, S.E.,M.M. selaku Direktur Kemahasiswaan Universitas Amikom Yogyakarta
4. Ibu Laksmindra Saptyawati SE.,M..B.A. selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta
5. Ibu Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga serta selalu memberi masukan dan arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen Program Studi Kewirausahaan yang telah memberikan ilmu, inspirasi, dan motivasi selama masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta.
7. Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada orang tua penulis Ayah Miftahudin dan Ibu Siti Rohmani, atas segala do'a dan dukungan yang tak ternilai.

Yogyakarta, 10 Juni 2025

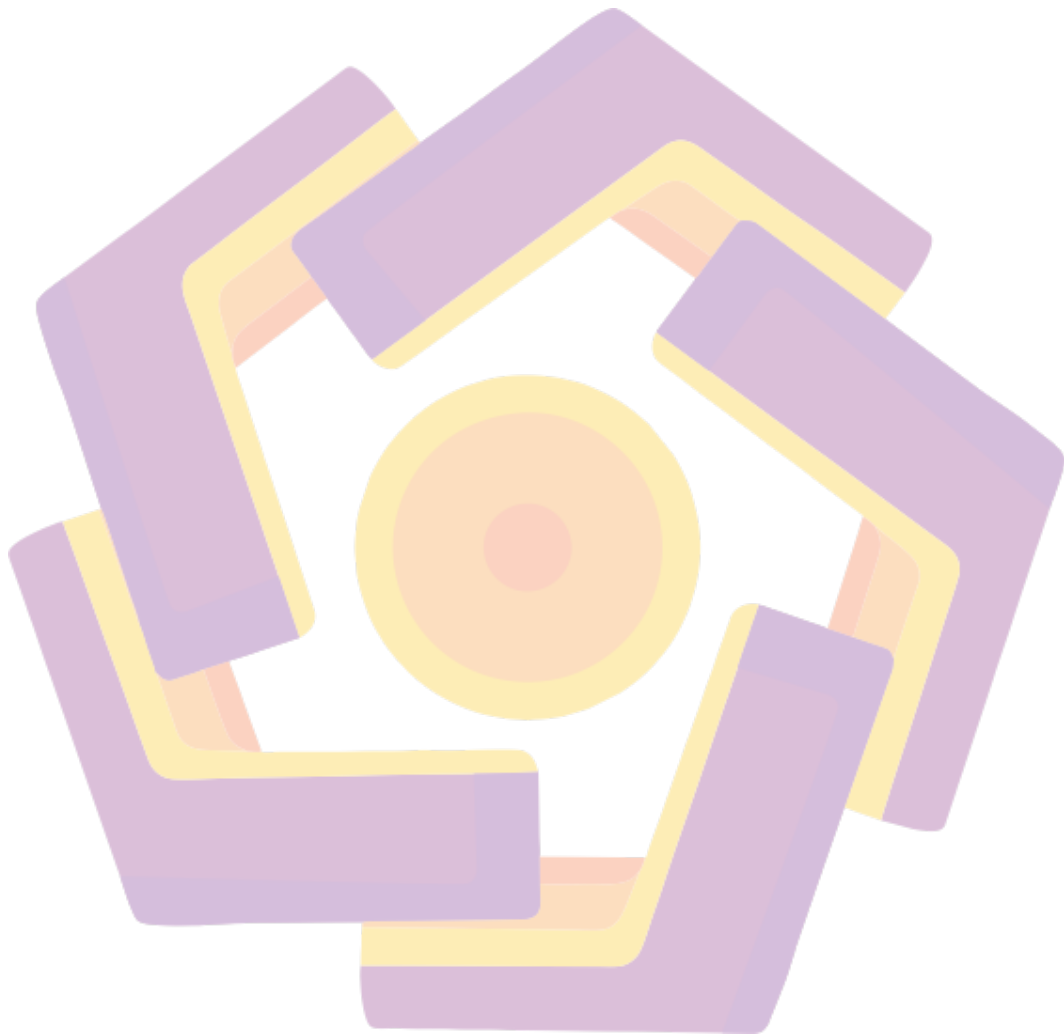
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Permasalahan Konsumen.....	1
1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan.....	11
1.3 Noble Purpose.....	15
BAB II DESKRIPSI BISNIS.....	17
2.1 Sejarah Bisnis.....	17
2.2 Model Bisnis yang Dijalankan.....	18
2.3 Produk dan Inovasi Produk.....	22

2.4	Ukuran Pasar	28
2.5	Analisis Posisi Perusahaan Dibanding Pesaing	30
2.6	Strategi Pengelolaan Bisnis.....	32
2.6.1	Strategi Pemasaran.....	32
2.6.2	Strategi Operasional dan Produksi.....	36
2.6.3	Strategi Sumber Daya Manusia	39
2.6.4	Strategi Keuangan (Laporan Arus Kas, Laba Rugi & Neraca)....	45
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN		50
3.1	Analisis Matrix SWOT	50
3.2	Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang.....	54
BAB IV LAPORAN KEUANGAN.....		57
4.1	Neraca	57
4.2	Laporan Laba/Rugi	57
4.3	Arus Kas.....	58
4.4	BEP	60
4.5	Proyeksi Keuangan	62
BAB V PENUTUP		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		66

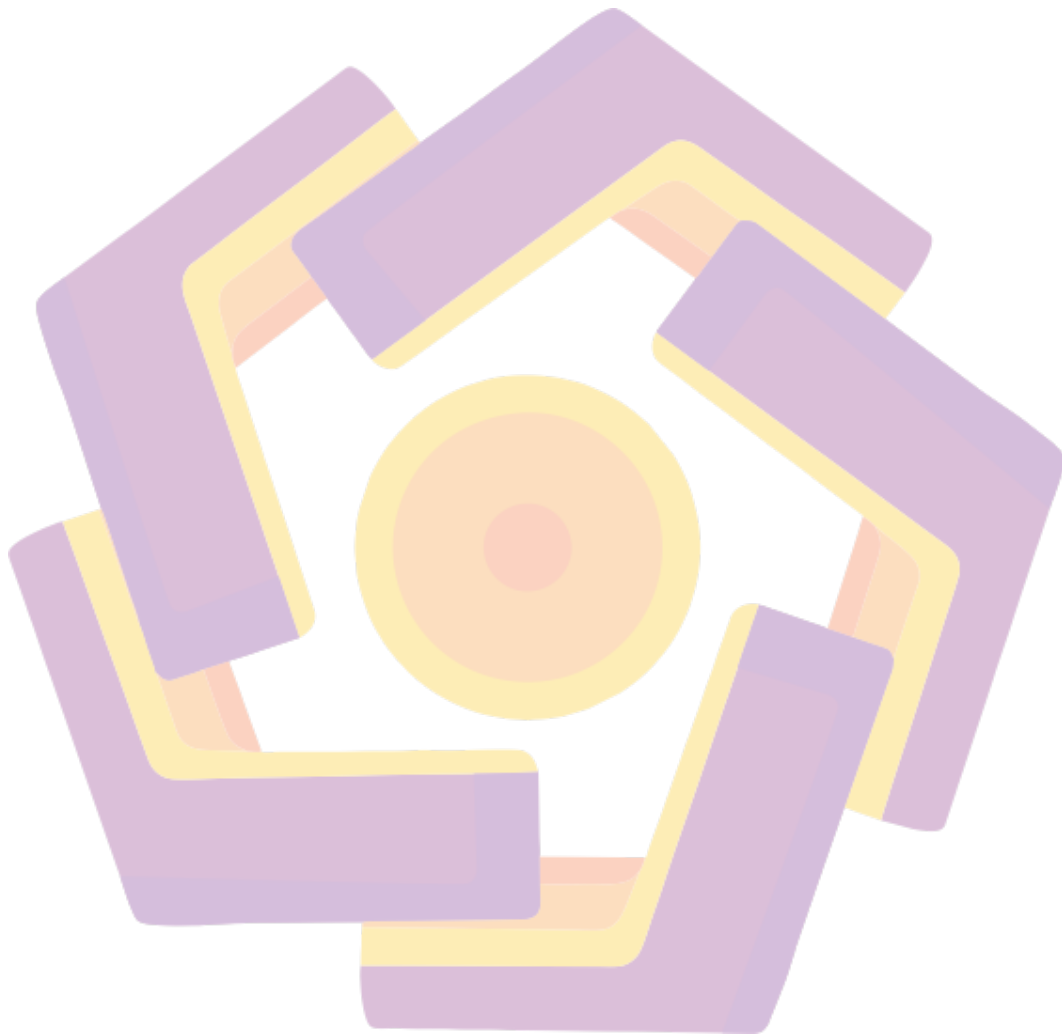
LAMPIRAN.....	68
---------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Hasil Kuesioner Preferensi Usia.....	3
Gambar 1.2 Hasil Kuesioner Preferensi Jenis Kelamin.....	3
Gambar 1.3 Hasil Kuesioner Frekuensi Membeli Kopi.....	4
Gambar 1.4 Hasil Kuesioner Frekuensi Cita Rasa Kopi.....	4
Gambar 1.5 Hasil Kuesioner Frekuensi Cita Rasa Kopi.....	4
Gambar 1.6 Hasil Kuesioner Frekuensi Cita Rasa Kopi.....	5
Gambar 1.7 Hasil Kuesioner Frekuensi Cita Rasa Kopi.....	5
Gambar 1.8 Hasil Kuesioner Frekuensi Kehigienisan Produk	6
Gambar 1.9 Hasil Kuesioner Frekuensi Kehigienisan Produk	6
Gambar 1.10 Hasil Kuesioner Frekuensi Kehigienisan Produk	6
Gambar 1.11 Hasil Kuesioner Frekuensi Kehigienisan Produk	7
Gambar 1.12 Hasil Kuesioner Frekuensi Keterbatasan Menu.....	7
Gambar 1.13 Hasil Kuesioner Frekuensi Keterbatasan Menu.....	8
Gambar 1.14 Hasil Kuesioner Frekuensi Keterbatasan Menu.....	8
Gambar 1.15 Hasil Kuesioner Frekuensi Keterbatasan Menu.....	8
Gambar 1.16 Hasil Kuesioner Frekuensi Kesegaran Bahan Baku	9
Gambar 1.17 Hasil Kuesioner Frekuensi Kesegaran Bahan Baku	9
Gambar 1.18 Hasil Kuesioner Frekuensi Kesegaran Bahan Baku	10
Gambar 1.19 Hasil Kuesioner Frekuensi Kesegaran Bahan Baku	10
Gambar 1.20 Hasil Kuesioner Frekuensi Kesegaran Bahan Baku	10
Gambar 2.1 BMC Buwani Coffee	20

Gambar 2.2 Menu Buwani Coffee	27
Gambar 2.3 Supply Chain.....	38
Gambar 2.4 Alur Pemesanan	38
Gambar 2.5 Struktur Organisasi	40



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Produk Buwani Coffee.....	23
Tabel 2.2 Inovasi Produk Buwani Coffee.....	26
Tabel 2.3 Analisis Posisi Perusahaan.....	30
Tabel 2.4 Perhitungan HPP Buwani Coffee	34
Tabel 3.1 Matrix SWOT	51
Tabel 3.2 Rencana Jangka Pendek dan Jangka Panjang	54
Tabel 4.1 Neraca	57
Tabel 4.2 Laba Rugi.....	57
Tabel 4.3 Arus Kas	58
Tabel 4.4 Break Event Point	60
Tabel 4.5 Proyeksi Keuangan	62

ABSTRAK

Perencanaan ini bertujuan untuk dapat merumuskan strategi pada pengembangan usaha Buwani Coffee dengan berfokus pada pengaruh konsep pemasaran dan branding terhadap Keputusan pembelian konsumen. pada industri ini, pengelolaan dan juga pemasaran yang efektif menjadi kunci utama untuk dapat menarik dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dalam perencanaan ini menyajikan analisis secara mendalam mengenai kondisi pasar, segmentasi pelanggan, dan strategi pemasaran produk secara relevan, yang termasuk penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan inovasi produk. Dengan melakukan penguatan branding melalui penguatan konsep usaha, dan identitas visual akan menjadi fokus utama untuk membangun loyalitas pelanggan dan citra positif usaha. Dalam bisnis plan ini mencakup laporan keuangan, analisis resiko, dan langkah implementasi strategi usaha secara bertahap. Dengan pendekatan ini, diharapkan usaha Buwani Coffee mampu meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan menciptakan pertumbuhan usaha berkelanjutan yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Hasil dari perencanaan ini akan memberikan panduan strategis bagi mahasiswa untuk bisa memaksimalkan potensi pada pemasaran dan branding untuk dapat mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

Kata kunci: Kesadaran Merek, Pertumbuhan Berkelanjutan, Perilaku Konsumen, Proposisi Nilai

ABSTRACT

This plan aims to formulate strategies for the development of Buwani Coffee by focusing on the influence of marketing and branding concepts on consumer purchase decisions. In this industry, effective management and marketing are essential to attracting and retaining customer loyalty. This plan provides an in-depth analysis of market conditions, customer segmentation, and relevant product marketing strategies, including the use of social media as a promotional tool and product innovation. Strengthening branding through the enhancement of business concepts and visual identity will be the primary focus to build customer loyalty and establish a positive business image. This Business plan includes financial reports, risk analysis, and step-by-step implementation strategies. With this approach, it is expected that Buwani Coffee can enhance its competitiveness, expand market share, and achieve sustainable business growth that benefits society. The results of this planning will provide strategic guidance for students to maximize the potential of marketing and branding in achieving the desired business objectives.

Keywords: Brand Awareness, Sustainable Growth, Customer Behavior, Value Proposition

