

SKRIPSI

**EVALUASI PENGEMBANGAN PRODUK ES KOPI SUSU DI
SETEDUH COFFEE**



DANDY FEBRI KUSUMA

20.D1.0104

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

SKRIPSI

**EVALUASI PENGEMBANGAN PRODUK ES KOPI SUSU DI
SETEDUH COFFEE**

**Diajukan Dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



DANDY FEBRI KUSUMA

20.D1.0104

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan perubahan sosial budaya telah mempengaruhi gaya hidup masyarakat, termasuk meningkatnya konsumsi kopi sebagai bagian dari hiburan dan melepas penat. Fenomena ini mendorong berkembangnya *coffee shop* di berbagai daerah, salah satunya di Blora, Jawa Tengah. Penelitian ini berfokus pada evaluasi pengembangan produk es kopi susu di Seteduh Coffee, sebuah *coffee shop* populer dengan konsep kekinian dan produk minuman inovatif. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas pengembangan produk es kopi susu gula aren dan es kopi pandan dalam meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan teori pengembangan produk menurut Ulrich-Epping (2001) dan evaluasi berdasarkan kriteria Dunn (2014). Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan analisis data penjualan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan produk Seteduh Coffee melalui tahapan perencanaan, pengembangan konsep, perancangan detail, pengujian, dan produksi awal telah berhasil menciptakan varian produk yang unik dan sesuai dengan preferensi generasi milenial dan Z. Produk es kopi susu gula aren dan es kopi pandan terbukti mampu menarik minat konsumen. Namun, terdapat beberapa tantangan, seperti perlunya peningkatan konsistensi kualitas bahan baku, pengujian rasa yang lebih representatif dengan melibatkan pihak eksternal, serta optimalisasi biaya produksi dan kemasan. Perhitungan HPP yang kurang akurat, yang hanya mencakup aspek bahan baku dan kemasan tanpa mempertimbangkan komponen biaya lainnya, juga perlu diperhatikan, sehingga meningkatkan akurasi perhitungan margin. Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan produk yang terencana dengan baik dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan kepuasan pelanggan. Adapun rekomendasi dari penelitian ini, yaitu adanya perluasan survei konsumen untuk memahami preferensi pasar lebih dalam, perhitungan HPP yang lebih komprehensif dengan melibatkan semua komponen biaya, optimalisasi proses produksi, dan pengembangan varian rasa baru guna mempertahankan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Coffee Shop, Evaluasi, Gaya Hidup, Pengembangan Produk,

ABSTRACT

Technological advancements and socio-cultural changes have influenced people's lifestyles, including the increasing consumption of coffee as part of entertainment and stress relief. This phenomenon has driven the growth of coffee shops in various regions, including Blora, Central Java. This study focuses on evaluating the product development of iced milk coffee at Seteduh Coffee, a popular coffee shop known for its contemporary concept and innovative beverage products. The main objective of this research is to evaluate the effectiveness of developing iced brown sugar milk coffee and iced pandan coffee in enhancing competitiveness and customer loyalty.

This study uses the product development theory by Ulrich-Epping (2001) and evaluation based on Dunn's (2014) criteria. The approach employed is descriptive qualitative, with data collection methods including observations, interviews, and sales data analysis.

The research findings indicate that Seteduh Coffee's product development process, which includes planning, concept development, detailed design, testing, and initial production, has successfully created unique product variants that align with the preferences of Millennials and Generation Z. The iced brown sugar milk coffee and iced pandan coffee products have proven successful in attracting customer interest. However, several challenges were identified, including the need for improved consistency in raw material quality, more representative taste testing involving external parties, and optimization of production and packaging costs. Additionally, the calculation of the cost of goods sold (COGS) was found to be inaccurate, as it only considered raw materials and packaging without accounting for other cost components. Addressing this issue will improve the accuracy of margin calculations. In conclusion, well-planned product development strategies can enhance competitive advantage and customer satisfaction. Recommendations from this study include expanding consumer surveys to gain deeper insights into market preferences, conducting a more comprehensive COGS calculation that includes all cost components, optimizing the production process, and developing new flavor variants to maintain customer loyalty.

Keywords: *Coffee Shop, Evaluation, Lifestyle, Product Development, Customer Loyalty*