

PENGEMBANGAN DIVERSIFIKASI PRODUK KOPI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI PT XYZ

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana Teknik Industri



Denise Adi Purnama
20 06 10684

PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI
DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul
**PENGEMBANGAN DIVERSIFIKASI PRODUK KOPI UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN DI PT XYZ**

yang disusun oleh

Denise Adi Purnama

20 06 10684

Dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 17 Desember 2025.

Keterangan

Dosen Pembimbing 1 : Dra. DM. Ratna T. Dewa, MT.

Dosen Pembimbing 2 : Ir. B. Laksito Purnomo, S.T., M.Sc

Tim Penguji

Penguji 1 : Dr. Ir. Slamet Setio Wigati, S.T., M.T.

Penguji 2 : Dr. Ir. Maria Chandra Dewi K., S.T., M.T.

Yogyakarta, 17 Desember 2025
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Fakultas Teknologi Industri
Dekan,

Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T., IPU

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini.

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Denise Adi Purnama

NPM : 200610684

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul "Pengembangan Diversifikasi Produk Kopi untuk Meningkatkan Penjualan di PT XYZ" merupakan hasil penelitian saya pada tahun akademik 2024/2025 yang bersifat organik dan tidak mengandung plagiasi dari karya manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk dicabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 17 Desember 2025

Yang menyatakan,



Denise Adi Purnama



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya, yang mana Tugas Akhir ini berjudul " Pengembangan Diversifikasi Produk Kopi Untuk Meningkatkan Penjualan di PT XYZ. Penyusunan Tugas Akhir ini memiliki tujuan memenuhi salah satu syarat dalam pencapaian derajat Sarjana Teknik Industri sebagaimana telah diatur dan ditentukan oleh Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Adapun, dengan rasa hormat dan kebesaran hati mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan selama penyusunan Tugas Akhir ini, antara lain:

Selama proses penyusunan tugas akhir ini, saya mendapatkan banyak bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. DM. Ratna T. Dewa, MT. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, kesabaran, arahan, bantuan, ilmu, dan semangat selama proses penyusunan Tugas Akhir.
2. Bapak Ir. B. Laksito Purnomo, S.T., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, kesabaran, arahan, bantuan, ilmu, dan semangat selama proses penyusunan Tugas Akhir.
3. Ibu Dr. Ir. Slamet Setio Wigati, S.T., M.T. selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan arahan dan perbaikan selama proses pengujian akhir.
4. Ibu Dr. Ir. Maria Chandra Dewi K., S.T., M.T. selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan arahan dan perbaikan selama proses pengujian akhir.
5. Ibu Anita, Bapak Rudi, Bapak Peter Barnas, Ibu Tarradea, Ibu Ian, Bapak Surya, Bapak Distian, Bapak Sabta, Tim R&D, Tim Produksi, Tim GA, Tim Warehouse, Bapak Stefanus Wijaya, Bapak Felix, Tim *Recruitment* Magang, Keluarga besar PT XYZ yang telah memberikan dukungan, ilmu, dan waktunya selama proses magang dan penyusunan Tugas Akhir peneliti.
6. Bapak Edwin Kosasih, Bapak Edward, Ibu Josephine (cici galak) selaku atasan, rekan kerja, dan *expertist* yang telah membimbing, memberikan kemudahan sistem *management*, ilmu relevan dengan Tugas Akhir, perhatian, dukungan, serta doa dalam penyelesaian Tugas Akhir.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya dalam memahami upaya diversifikasi produk untuk bisa meningkatkan penjualan perusahaan. Semoga tulisan ini juga dapat menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 17 Desember 2025



Denise Adi Purnama



DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	HALAMAN JUDUL	
	HALAMAN PENGESAHAN	i
	PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
	KATA PENGANTAR	iii
	DAFTAR ISI	v
	DAFTAR TABEL	vii
	DAFTAR GAMBAR	ix
	DAFTAR LAMPIRAN	xii
	INTISARI	xiii
1	PENDAHULUAN	
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Penelusuran Masalah	2
	1.3. Rumusan Masalah	5
	1.4. Tujuan Penelitian	5
	1.5. Batasan Masalah	5
2	TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI	
	2.1. Tinjauan Pustaka	6
	2.2. Dasar Teori	12
3	PENENTUAN ALTERNATIF SOLUSI DAN PEMILIHAN SOLUSI	
	3.1. Analisis Akar Masalah	34
	3.2. Pengembangan Alternatif Solusi dan Pemilihan Solusi	35
	3.3. Pemilihan Metode	37
	3.5. Keunikan Penelitian	39
	3.6. Standar dan Kode Etik Perusahaan	40
4	METODOLOGI PENELITIAN	
	4.1. Tahapan Penelitian	41

4.2.	Pemilihan <i>Tools</i> atau <i>Software</i> Penelitian	51
5	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
5.1.	Pengumpulan Data	53
5.2.	Survei Kualitatif	54
5.3.	Survei Kuantitatif	57
5.4.	Pembahasan Detail Data	68
5.5.	Uji Korelasi Data	73
5.6.	Final Hasil Pengolahan Data Survei	77
6	PERANCANGAN DESAIN DIVERSIFIKASI PRODUK	
6.1.	Konsep Desain Produk Kopi Celup	78
7	ANALISIS BIAYA RENCANA IMPLEMENTASI PRODUK INOVATIF	
7.1.	Penentuan Target Produksi	87
7.2.	Rencana Implementasi Pengembangan Produk Inovatif	88
7.3.	Penentuan Jumlah Mesin	95
7.4.	<i>Cost of Goods Manufactured</i> (COGM) Kopi Celup	96
7.5.	<i>Cost of Goods Sold</i> (COGS) Kopi Celup	102
7.6.	<i>Return on Investment</i> (ROI) Produk Kopi Celup	104
7.7.	Laporan Keuangan PT XYZ Produk Kopi Celup	105
7.8.	Analisis Penjualan Produk PT XYZ	106
8	Penutup	
8.1.	Kesimpulan	112
8.2.	Saran	113
	DAFTAR PUSTAKA	114
	LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

JUDUL TABEL	HAL
Tabel 2.1. Ringkasan Tinjauan Pustaka	7
Tabel 3.1. Pengembangan Alternatif Solusi	35
Tabel 3.2. Alternatif Metode	38
Tabel 4.1. Pemilihan <i>Tools</i>	51
Tabel 5.1. Produk Kopi yang Paling Banyak Terjual per Harinya	55
Tabel 5.2. Pemetaan Data Peminum Kopi Berdasarkan Jenisnya	68
Tabel 6.1. Variasi Spesifikasi Kemasan Primer	78
Tabel 6.2. Kelebihan dan Kekurangan Jenis Material Kemasan Primer	79
Tabel 6.3. Hasil Analisa Sensori Kemasan Primer	81
Tabel 7.1. Perhitungan Waktu Kerja Bersih Mingguan	87
Tabel 7.2. Waktu Kerja PT XYZ	87
Tabel 7.3. Potensial <i>Market R&G Pure</i> Nasional Tahun 2023	88
Tabel 7.4. Perbedaan <i>Modern trade</i> dan <i>General trade</i>	89
Tabel 7.5. <i>Account</i> Indomaret	91
Tabel 7.6. <i>Account</i> Alfamart	91
Tabel 7.7. <i>Account</i> Supermarket	92
Tabel 7.8. Simulasi <i>Drop Size Outlet</i> /Tahun	95
Tabel 7.9. Jumlah Kebutuhan Mesin	95
Tabel 7.10. <i>Raw Material</i> and <i>Packaging Material</i>	96
Tabel 7.11. <i>Manufacturing Labor</i>	97
Tabel 7.12. <i>Supplies</i>	97
Tabel 7.13. Listrik	98
Tabel 7.14. Depresiasi	98
Tabel 7.15. <i>Maintenance and Repair</i>	98
Tabel 7.16. Biaya Investasi <i>Machine and Tools</i>	99
Tabel 7.17. Biaya Investasi <i>Material Handling</i>	100
Tabel 7.18. Rekap Biaya Iklan dan Promosi	101
Tabel 7.19. <i>Breakdown</i> Biaya <i>Digital</i> Marketing	102
Tabel 7.20. COGS Kopi Celup	103
Tabel 7.21. Perhitungan ROI Kopi Celup	104
Tabel 7.22. Laporan Keuangan PT XYZ	105

Tabel 7.23. Produk <i>Existing</i> PT XYZ	106
Tabel 7.24. Penurunan Total Penjualan Produk <i>Existing</i>	108
Tabel 7.25. Kenaikan Pesentase Penjualan R&G <i>Pure</i>	110
Tabel 7.26. Kenaikan Persentase Seluruh Kategori Produk	111
Tabel 7.27. Kenaikan Penjualan Total Produk PT XYZ	111



DAFTAR GAMBAR

JUDUL GAMBAR	HAL
Gambar 1.1. Perbandingan Target <i>Sales</i> 2024 dengan Aktual <i>Sales</i>	3
Gambar 1.2. <i>Market share</i> Kopi Nasional	4
Gambar 1.3. Input Keinginan Produk Kopi Konsumen	4
Gambar 2.1. Klasifikasi <i>Marketing Research</i>	13
Gambar 2.2. Tahapan Proses <i>Market research</i>	14
Gambar 2.3. Detail Iterasi Langkah <i>Market research</i>	16
Gambar 2.4. Klasifikasi Teknik Survei	18
Gambar 2.5. Perbandingan Teknik Survei	18
Gambar 2.6. <i>Questionnaire Design Process</i>	20
Gambar 2.7. <i>Sampling Design Process</i>	22
Gambar 2.8. <i>Strengths And Weaknesses of Sampling Techniques</i>	23
Gambar 2.9. <i>Hypothesis Testing Procedures</i>	25
Gambar 2.10. <i>Summary Hypothesis Testing</i>	26
Gambar 2.11. Tahapan Perancangan Produk Baru di Bidang Industri F&B	29
Gambar 3.1. <i>Interrelationship Diagram</i> PT XYZ	34
Gambar 4.1. Tahapan Penelitian di PT XYZ	41
Gambar 4.2. <i>Block 1</i> : Identifikasi Temuan Masalah	43
Gambar 4.3. <i>Block 2</i> : Pendefinisian Lingkup Masalah	44
Gambar 4.4. <i>Block 3</i> : Pembangkitan Alternatif Solusi	46
Gambar 4.5. <i>Block 4</i> : Pemilihan Solusi	47
Gambar 4.6. Diagram Metode Perancangan Solusi	48
Gambar 4.7. <i>Block 5</i> : Implementasi Rancangan Solusi	50
Gambar 5.1. Grafik Penjual yang Menjual Produk PT XYZ	56
Gambar 5.2. Desain Pertanyaan G-Form_1	58
Gambar 5.3. Desain Pertanyaan G-Form_2	59
Gambar 5.4. Desain Pertanyaan G-Form_3	60
Gambar 5.5. Desain Pertanyaan G-Form_4 Pemilih Kopi Instan	60
Gambar 5.6. Desain Pertanyaan G-Form_5 Pemilih Kopi Tubruk	61

Gambar 5.7. Desain Pertanyaan G-Form_6 Pemilih Kopi Tubruk_Lanjutan	61
Gambar 5.8. Desain Pertanyaan G-Form_7 Pemilih Kopi Tubruk_Lanjutan	62
Gambar 5.9. Jenis Kelamin Responden	64
Gambar 5.10. Usia Responden	64
Gambar 5.11. Proporsi Frekuensi Minum Kopi	65
Gambar 5.12. Tempat Konsumsi Kopi	65
Gambar 5.13. Proporsi Pemilihan Jenis Kopi	66
Gambar 5.14. Tahap Pemilahan Data	67
Gambar 5.15. Korelasi Usia dan Preferensi Pemilihan Jenis Kopi	68
Gambar 5.16. Korelasi Usia dan Jenis Kopi Tubruk Spesifik	69
Gambar 5.17. Persentase Keadaan Konsumsi Kopi Tubruk	69
Gambar 5.18. Korelasi Jenis Kelamin dan Preferensi Rasa	70
Gambar 5.19. Korelasi Usia dan Preferensi Rasa Kopi Tubruk	70
Gambar 5.20. Tujuan Responden Minum Kopi	71
Gambar 5.21. Preferensi Pemilihan Produk Baru Kopi Tubruk	71
Gambar 5.22. Korelasi Pemilihan Kopi Celup dengan Usia Responden	72
Gambar 5.23. Korelasi Jenis Kelamin dengan Preferensi Rasa dan Aroma	72
Gambar 5.24. Korelasi Usia dan Jenis Kopi	74
Gambar 5.25. Korelasi Usia dan Preferensi Rasa dan Aroma	75
Gambar 5.26. Korelasi Tempat Konsumsi Kopi dengan Ide Produk Terpilih	76
Gambar 6.1. <i>Polylactic Acid</i> (PLA)	79
Gambar 6.2. Kertas Selulosa	79
Gambar 6.3. Kain Woven	80
Gambar 6.4. Variasi Ukuran Kemasan Celup	80
Gambar 6.5. Hasil Seduhan Kopi Celup dari Variasi Ukuran Kantong	81
Gambar 6.6. <i>Mock Up</i> Produk Kopi Celup dengan Kemasan Primer Terpilih	82
Gambar 6.7. <i>Mock Up</i> Produk Kopi Celup dengan Kemasan Sekunder	83

Gambar 6.8. Desain Kemasan Sekunder Produk Kopi Celup	83
Gambar 6.9. Sketsa <i>Mock Up</i> Produk Kopi Celup dengan Kemasan Tersier	84
Gambar 6.10. <i>Mock Up</i> Produk Kopi Celup dengan Kemasan Tersier	84
Gambar 6.11. Desain Kemasan Tersier Produk Kopi Celup	85
Gambar 6.12. Struktur Kemasan Kuartener	85
Gambar 6.13. <i>Mock Up</i> Produk Kopi Celup dengan Kemasan Kuartener	86
Gambar 6.14. Desain Kemasan Kuartener Produk Kopi Celup	86
Gambar 7.1. <i>Sales 2024 by Product Category</i>	107
Gambar 7.2. Grafik Total Pencapaian Sales Produk <i>Existing</i>	107
Gambar 7.3. Penjualan R&G <i>Pure</i>	109
Gambar 7.4. Penjualan R&G <i>Pure Added</i> Kopi Celup	110

DAFTAR LAMPIRAN

JUDUL LAMPIRAN	HAL
Lampiran 1. Bukti Dokumentasi Diskusi Alternatif Solusi Terpilih	116
Lampiran 2. Sertifikat Magang	116
Lampiran 3. <i>Project</i> Magang	117
Lampiran 4. Rencana Implementasi Kemampuan Drop Size Kopi Celup di Pasar MT	118



INTISARI

PT XYZ merupakan salah satu perusahaan kopi yang terletak di Jawa Timur. Produk yang dihasilkan terdapat beberapa varian yaitu kemasan kopi tubruk murni, kopi tubruk manis, dan kopi tubruk *special mix* serta kopi drip. Dengan variasi produk yang ada saat ini ternyata belum bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Melalui indentifikasi temuan permasalahan ditemukan bahwa penjualan tahun 2024 mengalami penurunan sebesar 5,4%. Hal ini dikarenakan variasi produk PT XYZ terbatas. Hal ini menjadi fokus permasalahan yang akan diselesaikan sesuai persetujuan *stakeholder*.

Permasalahan yang terpilih memicu adanya beberapa alternatif solusi yang dibangkitkan berdasarkan diskusi bersama *stakeholder* dan studi literatur yang telah dilakukan, yaitu pengembangan produk baru, pengembangan produk turunan, penyesuaian produk dengan segmen pasar tertentu, dan pemasaran efektif. Alternatif yang terpilih yaitu pengembangan produk baru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode perancangan Fuller. Metode ini memiliki beberapa tahapan yang cukup lengkap mulai dari riset kebutuhan atau keinginan konsumen terhadap produk kopi, perancangan produk baru, hingga perhitungan analisis kelayakan biaya perancangan. Software yang digunakan dalam penelitian ini adalah Microsoft Excel, Statistical Package for the Social Science (SPSS), dan Solidworks.

Hasil penelitian yang telah dilakukan adalah pengembangan produk kopi baru dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen mampu meningkatkan penjualan di PT XYZ khususnya pada kategori R&G pure sebesar 12,5%. Hal ini juga berdampak pada tingkat penjualan total produk PT XYZ sebesar 8,9%. Hasil ini mampu mencapai CSF yang telah ditentukan yaitu peningkatan penjualan 2-5% dalam setahun.

Kata kunci : kopi tubruk, perancangan produk baru, peningkatan penjualan, metode fuller,