

PENGARUH *BRAND EQUITY* KOPI JAVA PREANGER GUNUNG TILU TERHADAP KEBERLANJUTAN BISNIS

(Studi Kasus pada Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan)

Disusun Oleh:

**Nur Fathan Tsani
C1200050**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Bisnis



**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2024**

TECHNICAL DIFFICULTIES

Subject	Programs/Strand (Topic)	State	State Program	Course Title	Activity
---------	-------------------------	-------	---------------	--------------	----------

© 2000 Blackwell Science Ltd *Journal of Internal Medicine* 247: 395–402

Received 12 May 2004; accepted 12 November 2004

Figure 1

[illegible][illegible]

Figure 1. Study design.

[illegible]

100

Figure 1. Overview of the study.

1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 2679, 2680, 26

Dr. David K. Schneider, M.D., M.S., dschneider@u.washington.edu and Perumal Natarajan, M.D., M.Sc.

Dr. David K. Schneider, M.D., M.S., dschneider@u.washington.edu and Perumal Natarajan, M.D., M.Sc.

RIWAYAT HIDUP

Nur Fathan Tsani, lahir pada tanggal 17 Juni 2001 di Sumedang, Jawa Barat.

Peneliti merupakan mahasiswa di Universitas Koperasi Indonesia, anak kedua dari tiga bersaudara, pasangan dari Bapak Dedi Mulyadi dan Ibu Yuyum Widaningsih.

Adapun riwayat pendidikan formal yang sebagai berikut:

1. RA Nurul Aiman (2006 – 2007)
2. SDN Babakan Bandung (2007 – 2013)
3. SMPN 1 Tanjungsari (2013 – 2016)
4. SMAN Tanjungsari (2016 – 2019)

Dan pada tahun 2020 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Koperasi Indonesia (IKOPIN University) Jatinangor, Jawa barat. Selama berkuliah peneliti aktif di beberapa kegiatan kemahasiswaan yaitu sebagai berikut:

1. Entrepreneur Business Center
 1. Anggota Divisi Organization Development (2020 – 2021)
2. Dewan Perwakilan Mahasiswa IKOPIN
 2. Anggota Komisi 3 (2020 – 2021)
 3. Humas (2020 – 2021)

ABSTRACT

NUR FATHAN TSANI, 2024. *The Impact of Brand Equity of Java Preanger Gunung Tilu Coffee on Business Sustainability (Case Study on the Margamulya Pangalengan Coffee Producer Cooperative), under the supervision of Shofwan Azhar Solihin.*

The aim of this study is to understand the application of brand equity in the Java Preanger Gunung Tilu coffee brand, to assess the business sustainability of the Margamulya Pangalengan Coffee Producer Cooperative, to evaluate how brand equity influences business sustainability, to determine the efforts needed to enhance brand equity, and to understand the economic benefits received by members of the Margamulya Pangalengan Coffee Producer Cooperative. The method used is a case study with mixed methods data analysis.

Based on the research findings, it was observed that among the four brand equity variables—brand awareness, brand associations, perceived quality, and brand loyalty—the variable with the highest value is perceived quality, which has a final score of 115.3, indicating a fairly good criterion. This means that the factor most motivating consumers to purchase Java Preanger Gunung Tilu coffee is their trust in the product and the belief that it offers good quality. Conversely, the variable with the lowest final score is brand awareness, which has a value of 90, indicating that the Java Preanger Gunung Tilu coffee brand is not well recognized by most consumers.

The efforts needed include more aggressive promotion, creating or adding unique features to the product, employing a dedicated customer service administrator, and offering special rewards to frequent repeat customers.

Keywords : Brand Equity, Business Sustainability, Cooperative

ABSTRAK

NUR FATHAN TSANI, 2024. Pengaruh Brand Equity Kopi Java Preanger Gunung Tilu terhadap Keberlanjutan Bisnis (Studi Kasus Pada Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan) dibawah bimbingan Shofwan Azhar Solihin.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan *brand equity* pada produk atau merek Kopi Java Preanger Gunung Tilu, kemudian mengetahui keberlanjutan bisnis dari Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan, mengetahui bagaimana pengaruh *brand equity* terhadap keberlanjutan bisnis, menentukan upaya dalam meningkatkan *brand equity* yang harus dilakukan, serta mengetahui manfaat ekonomi yang didapatkan oleh anggota di Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan analisis data secara *mix methods*.

Berdasarkan hasil penelitian didapat hasil sebagai berikut: dari 4 variabel *brand equity* yang ada yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek, indikator yang memiliki nilai yang paling besar adalah indikator persepsi kualitas yang memiliki hasil nilai akhir yaitu 115,3 yang termasuk kriteria cukup baik yang berarti hal yang paling memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian produk bermerek Kopi Java Preanger Gunung Tilu ini adalah adanya rasa kepercayaan konsumen dan menganggap bahwa produk yang ditawarkan ini mampu memberikan kualitas produknya yang baik. Dan yang memiliki nilai akhir paling kecil adalah variabel kesadaran merek yang memiliki nilai 90 yang berarti di pikiran konsumen menandakan bahwa produk Kopi Java Preanger Gunung Tilu ini tidak cukup dikenali oleh kebanyakan konsumen.

Upaya yang perlu dilakukan adalah melakukan promosi dengan lebih gencar, menciptakan atau menambahkan keunikan kepada produk yang dijual, mempekerjakan admin khusus untuk melayani konsumen, dan memberikan *reward* khusus untuk konsumen yang sering melakukan pembelian berulang.

Kata Kunci : Ekuitas Merek, Keberlanjutan Bisnis, Koperasi

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala berkat, rahmat, dan hidayah-Nya yang senantiasa melimpah. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, junjungan kita. Dengan rahmat dan ridho-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul

“Pengaruh *Brand Equity* Kopi Java Preanger Gunung Tilu terhadap Keberlanjutan Bisnis Koperasi”

Skripsi ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Koperasi Indonesia. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik dan tepat waktu tanpa adanya bimbingan, dukungan, bantuan, dan motivasi dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua, terutama Ibu Yuyum Widaningsih, atas doa, nasihat, kasih sayang, serta dukungan baik materi maupun moral. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

1. Bapak Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, serta bimbingan, arahan dan juga saran yang diberikan untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Hj. Yuanita Indriani, Ir., M.Si selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah memberikan saran dan arahan dalam penyempurnaan penulisan skripsi.

3. Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan arahan dan juga saran dalam penyempurnaan penulisan skripsi.
4. Seluruh Dosen pengajar di Universitas Koperasi Indonesia atas ilmu serta pengetahuan yang diberikan kepada penulis.
5. Seluruh Staff dan Karyawan Universitas Koperasi Indonesia.
6. Seluruh pengurus dan karyawan Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan yang memberikan ilmu, informasi, motivasi dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian sehingga skripsi dapat selesai tepat waktu.
7. Kepada keluarga saya Bapak Dedi, Ibu Yuyum, Faris, dan Ragheb terima kasih atas segala perhatian dan dukungannya.
8. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga skripsi ini selesai tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan akibat keterbatasan ilmu dan pengetahuan penulis. Meskipun demikian, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca pada umumnya.

Jatinangor, Agustus 2024

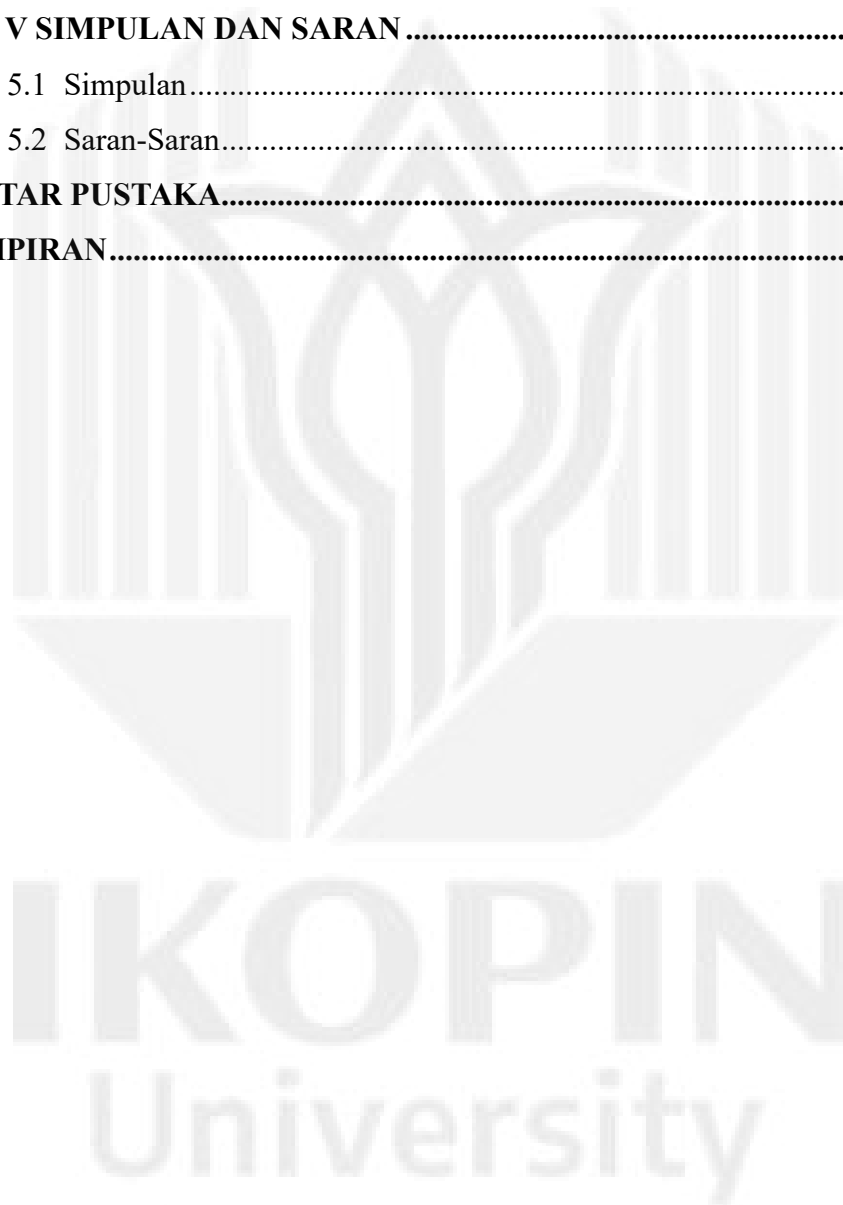
Penulis

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.3.1 Maksud Penelitian.....	12
1.3.2 Tujuan penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis	13
1.4.2 Kegunaan Praktis	13
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	15
2.1 Pendekatan Masalah	15
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian.....	15
2.1.2 Pendekatan Manajemen	23
2.1.3 Pendekatan Manajemen Bisnis	25
2.1.4 Pendekatan Ekuitas Merek.....	26
2.1.5 Pendekatan Keberlanjutan Bisnis.....	40
2.1.6 Pendekatan Manfaat Ekonomi Anggota.....	41
2.2 Metode Penelitian.....	42
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan	42
2.2.2 Data yang Diperlukan	43
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	45

2.2.4 Teknik Pengumpulan Data	46
2.2.5 Analisis Data	47
2.2.6 Tempat Penelitian	50
2.2.7 Waktu Penelitian	51
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	52
3.1 Keadaan Umum Organisasi	52
3.1.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi	52
3.1.2 Struktur Organisasi Koperasi	54
3.2 Keanggotaan Koperasi	58
3.3 Kegiatan Usaha dan Permodalan Koperasi	58
3.3.1 Keadaan Keuangan KPKMP	59
3.4 Sisa Hasil Usaha (SHU)	63
3.5 Implementasi Jati Diri Koperasi	63
3.5.1 Implementasi Definisi Koperasi	63
3.5.2 Implementasi Prinsip Koperasi	64
3.5.3 Implementasi Nilai-Nilai Koperasi	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Identitas Responden	68
4.2 Pelaksanaan <i>Brand Equity</i> dari KPKMP	69
4.2.1 Kesadaran Merek	69
4.2.2 Asosiasi Merek	71
4.2.3 Persepsi Kualitas	74
4.2.4 Loyalitas Merek	76
4.3 Pelaksanaan Keberlanjutan Bisnis dari KPKMP	79
4.3.1 Keberlanjutan Ekonomi	79
4.3.2 Keberlanjutan Sosial	80
4.3.3 Keberlanjutan Lingkungan	81
4.4 Pengaruh <i>Brand Equity</i> terhadap Keberlanjutan Bisnis KPKMP	82
4.5 Upaya-Upaya yang Harus Dilakukan oleh KPKMP untuk Meningkatkan <i>Brand Equity</i>	85

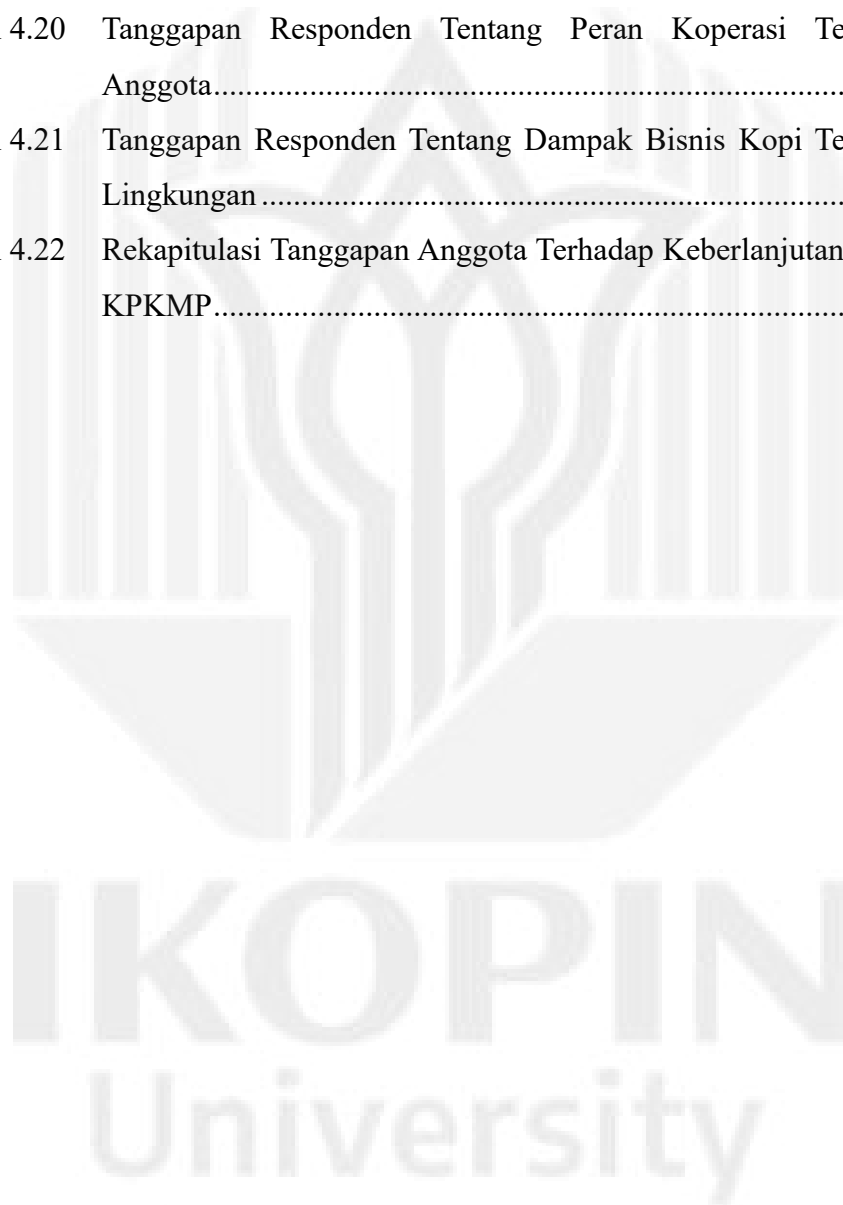
4.6 Manfaat Ekonomi Anggota Koperasi Produsen Kopi Margamulya	
Pangalengan.....	87
4.6.1 Manfaat Ekonomi Langsung.....	87
4.6.2 Manfaat Ekonomi Tidak Langsung.....	88
4.6.3 Manfaat Non Ekonomi.....	88
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Simpulan.....	89
5.2 Saran-Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Negara Penghasil Kopi Terbesar 2022-2023	3
Tabel 1.2	Data Penjualan Green Bean KPKMP (2019-2023)	9
Tabel 2.1	Operasionalisasi Variabel.....	44
Tabel 2.2	Analisis Jawaban Responden Setiap Indikator	48
Tabel 2.3	Kriteria Penilaian Brand Equity Kopi Java Preanger Gunung Tilu.....	49
Tabel 2.4	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Brand Equity Kopi Java Preanger Gunung Tilu.....	49
Tabel 3.1	Perkembangan Rasio Likuiditas KPKMP Tahun 2021-2023.....	60
Tabel 3.2	Perkembangan Rasio Solvabilitas KPKMP Tahun 2021-2023	61
Tabel 3.3	Perkembangan Rasio Rentabilitas KPKMP Tahun 2021-2023.....	62
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin...	68
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Anggota Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Tentang Sejauh Mana Merek Dikenal	69
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Tentang Keunikan Merek di Mata Konsumen	70
Tabel 4.5	Rata-rata skor keseluruhan dari sub variabel kesadaran merek	70
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Image Merek	71
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Harga Produk	72
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Kemasan Produk	72
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Variasi Produk.....	73
Tabel 4.10	Rata-rata Skor Keseluruhan dari Sub Variabel Asosiasi Merek.....	73
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Tentang Kualitas Merek.....	74
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Tentang Konsistensi Kualitas Produk.....	75
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Tentang Penyelesaian Komplain.....	75
Tabel 4.14	Rata-Rata Skor Keseluruhan Dari Sub Variabel Persepsi Kualitas	76
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Tentang Produk Sebagai Pilihan Utama	77
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Tentang Kelayakan Produk untuk Direkomendasikan	77

Tabel 4.17	Rata-Rata Skor Keseluruhan Dari Sub Variabel Loyalitas Merek...	78
Tabel 4.18	Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Brand Equity Kopi Java Preanger Gunung Tilu.....	78
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Tentang Pendapatan Anggota Setiap Tahunnya.....	79
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Tentang Peran Koperasi Terhadap Anggota.....	80
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Tentang Dampak Bisnis Kopi Terhadap Lingkungan	81
Tabel 4.22	Rekapitulasi Tanggapan Anggota Terhadap Keberlanjutan Bisnis KPKMP.....	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rantai Pasok KPKMP	6
Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek	28
Gambar 3.1 Struktur Kepengurusan KPKMP	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Struktur Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan.....	94
Lampiran 2 : Kuesioner untuk Konsumen	95
Lampiran 3 : Kuesioner untuk Anggota	100
Lampiran 4 : Data Penelitian.....	102
Lampiran 5 : Dokumentasi.....	104
Lampiran 6 : Surat Izin Penelitian Skripsi	105

