

BAB II

PROFIL BEAN SPOT DAN UPAYA BEAN SPOT MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS

Bab ini berisikan paparan objek penelitian yang menjabarkan deskripsi umum mengenai kondisi perusahaan dan merek Bean Spot serta strategi Bean Spot dalam meningkatkan penjualan dan mempertahankan eksistensinya di tengah arus persaingan bisnis kedai kopi di Indonesia yang diperoleh langsung dari perusahaan, website alfamart.co.id, dan akun Instagram resmi Bean Spot yaitu @beanspot_id.

2.1 Profil PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk

PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk adalah perusahaan yang dibangun oleh Djoko Susanto pada 1989 silam. PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk berlokasi di Alfa Tower Lantai 19, Jalan Jalur Sutera Barat Kav. 9, Alam Sutera, Tangerang dan telah memiliki 32 cabang yang tersebar di 25 provinsi Indonesia (alfamart.co.id, 2023). PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk saat ini telah memiliki 17.133 gerai dan mengelola 10 brand, diantaranya seperti Alfamart, Lawson Station, Dan+Dan, Bean Spot, Aksesmu, Alfa X, Alfamidi, Alfamidi Super, Alfamind, dan Alfagift (PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, 2022)

Gambar 2.1 10 Brand Dibawah Naungan PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk



Sumber: PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (diakses pada 18 Februari 2023)

2.2 Visi

Menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global.

2.3 Misi

- Memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul
- Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tinggi.
- Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan menumbuh-kembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha
- Membangun organisasi global yang terpercaya, sehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

2.4 Budaya Kerja Perusahaan

- Integritas yang tinggi: Jujur, disiplin, dan konsisten dalam bekerja berlandaskan etika serta bertanggung jawab terhadap pekerjaan.
- Inovasi Untuk Kemajuan yang Lebih Baik: Kreatif dalam bekerja, berkomitmen untuk melakukan perbaikan cara kerja secara terus menerus.
- Kualitas dan Produktivitas yang Tertinggi: Mampu menjalankan tugas serta fokus pada pencapaian hasil kerja yang lebih baik.
- Kerja Sama Tim: Terlibat aktif serta mendorong terciptanya semangat dan kekompakan tim.

- Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan Terbaik: Berinisiasi tinggi memenuhi kebutuhan dan memastikan terciptanya kepuasan pelanggan

2.5 Profil Bean Spot

Bean Spot adalah salah satu brand usaha F&B yang menawarkan minuman *coffee* dan *non-coffee* yang dikelola oleh PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk sejak tahun 2020 silam yang mengusung konsep *coffee corner* pada gerai-gerai Alfamart. Bean Spot sudah mempunyai lebih dari 1.930 gerai yang sudah tersebar di 165 kota penjuru Indonesia. Bean Spot menawarkan berbagai produk minuman seperti *Hot Coffee*, *Iced Coffee*, *Hot Non-Coffee*, dan *Iced Non-Coffee* serta turut menawarkan menu makanan seperti nasi, roti, *pastry*, bakpau, dimsum, sosis bakar, bakso bakar, hingga jajanan pasar dengan harga yang terjangkau.

Bean Spot bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen untuk produk minuman dan makanan yang berkualitas dengan harga terjangkau. Bean Spot menyediakan produk *Ready to Drink*, yakni minuman yang ditawarkan dalam kemasan khusus melalui proses pengolahan di gerai sehingga dapat langsung dikonsumsi. Lalu produk *Ready to Eat*, yaitu produk pangan yang telah melalui proses pengolahan dan dapat dikonsumsi langsung. Dan produk *In House Bakery*, yakni produk *fresh bakery* melalui proses *baking* menggunakan oven yang dilakukan oleh karyawan di gerai (Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, 2022).

Gambar 2.2 Logo Bean Spot



Sumber: google (diakses pada 18 Februari 2023)

2.6 Strategi Bean Spot Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis

Bean Spot merupakan salah satu F&B yang memiliki konsep bisnis kedai kopi ‘*coffee corner*’ di Indonesia. Bean Spot mengembangkan sistem bisnis kemitraan atau *franchise* kepada masyarakat sehingga Bean Spot kini sudah mempunyai lebih dari 1000 gerai yang telah tersebar di wilayah Indonesia (Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, 2022).

Bean Spot melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan meningkatkan penjualan produk. Berikut beberapa strategi yang dilakukan Bean Spot bersama dengan PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk untuk mendorong volume penjualan dan kepercayaan masyarakat pada merek Bean Spot, yaitu:

2.6.1 Promosi Penjualan

Promosi penjualan menjadi salah satu strategi pemasaran yang aktif dan masif dilakukan Bean Spot. Sebagai salah satu F&B atau *Food and Beverage* di Indonesia yang menawarkan produk minuman kopi dan non kopi, Bean Spot menggunakan berbagai media seperti media sosial, media cetak, dan aplikasi pesan antar makanan untuk meningkatkan penjualan produk. Adapun promosi penjualan yang dilakukan Bean Spot, yaitu:

- **Buy 1 Get 1**

Promo yang dilakukan oleh Bean Spot dengan memberikan tambahan satu produk Bean Spot secara gratis pada setiap pembelian satu produk Bean Spot yang telah ditentukan.

- **Promo Paket Hemat**

Promo yang diadakan Bean Spot dengan menawarkan beberapa produk Bean Spot dalam sebuah paket minuman disertai potongan harga.

- **Promo Tanggal Cantik**

Promo ini diadakan merupakan promo yang dilakukan Bean Spot pada tanggal dan bulan tertentu seperti promo 11.11, 12.12 dan seterusnya serta dalam promo ini menawarkan produk tertentu Bean Spot disertai dengan potongan harga.

- **Promo Special Day**

Promo yang dilakukan Bean Spot dengan memberikan potongan harga pada produk dan hari tertentu atau hari spesial seperti Hari Valentine, Hari Kemerdekaan, dan lainnya.

- **Discount**

Promo yang diberikan Bean Spot dengan memberikan potongan harga Spot dalam nominal yang telah ditentukan saat konsumen membeli produk yang telah ditentukan Bean Spot.

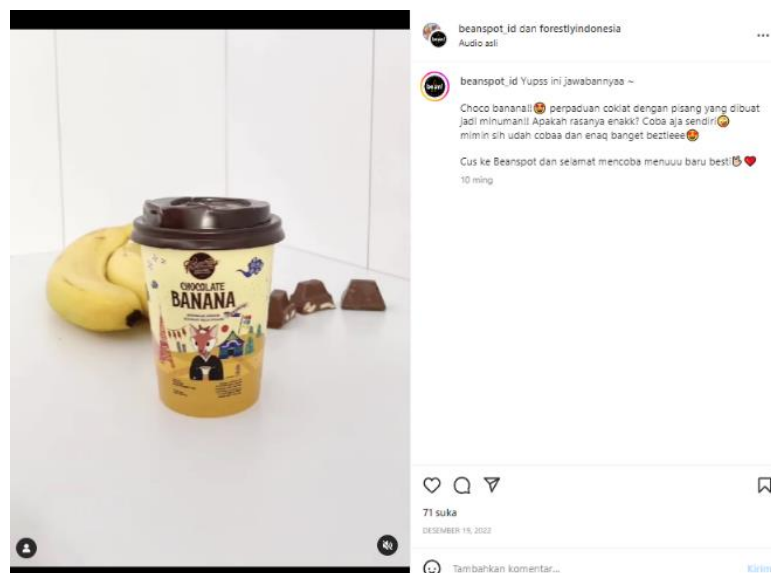
- **Promo Potongan Harga melalui Pembayaran Gopay dan Shopeepay**

Promo ini dilakukan Bean Spot dengan memberikan potongan harga pada produk tertentu saat konsumen membeli produk dan melakukan pembayaran melalui Gopay atau Shopeepay.

2.6.2 Inovasi

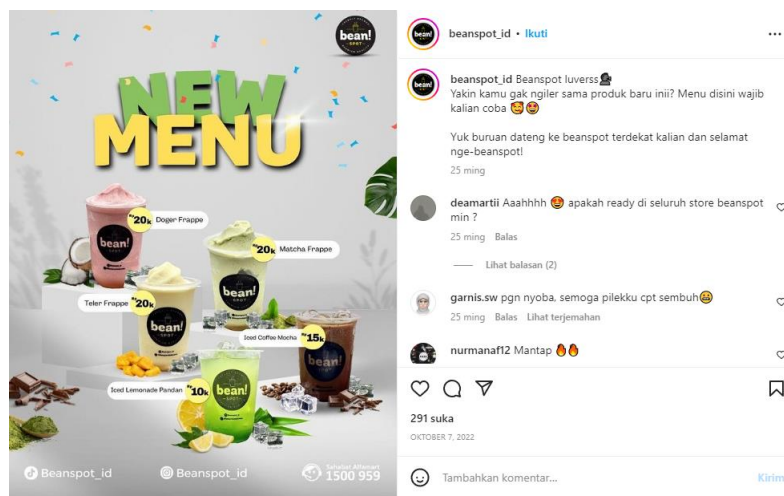
Bean Spot terus berupaya melakukan inovasi terhadap produk dengan cara menciptakan produk baru dengan tujuan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar serta mampu bersaing dengan para kompetitor. Pada akhir Desember 2022 lalu, Bean Spot meluncurkan menu baru yang bernama *Choco Banana*. Lalu pada Oktober 2022, Bean Spot meluncurkan menu baru yaitu, *Doger Frappe*, *Matcha Frappe*, *Teler Frappe*, *Iced Coffee Mocha*, dan *Iced Lemonade Pandan*.

Gambar 2.3 Produk Baru Bean Spot Bernama Choco Banana



Sumber: instagram @beanspot_id (diakses pada 20 Desember 2022)

Gambar 2.4 Produk Baru Bean Spot Bernama Doger Frappe, Matcha Frappe, Teler Frappe, Iced Coffee Mocha, dan Iced Lemonade Pandan

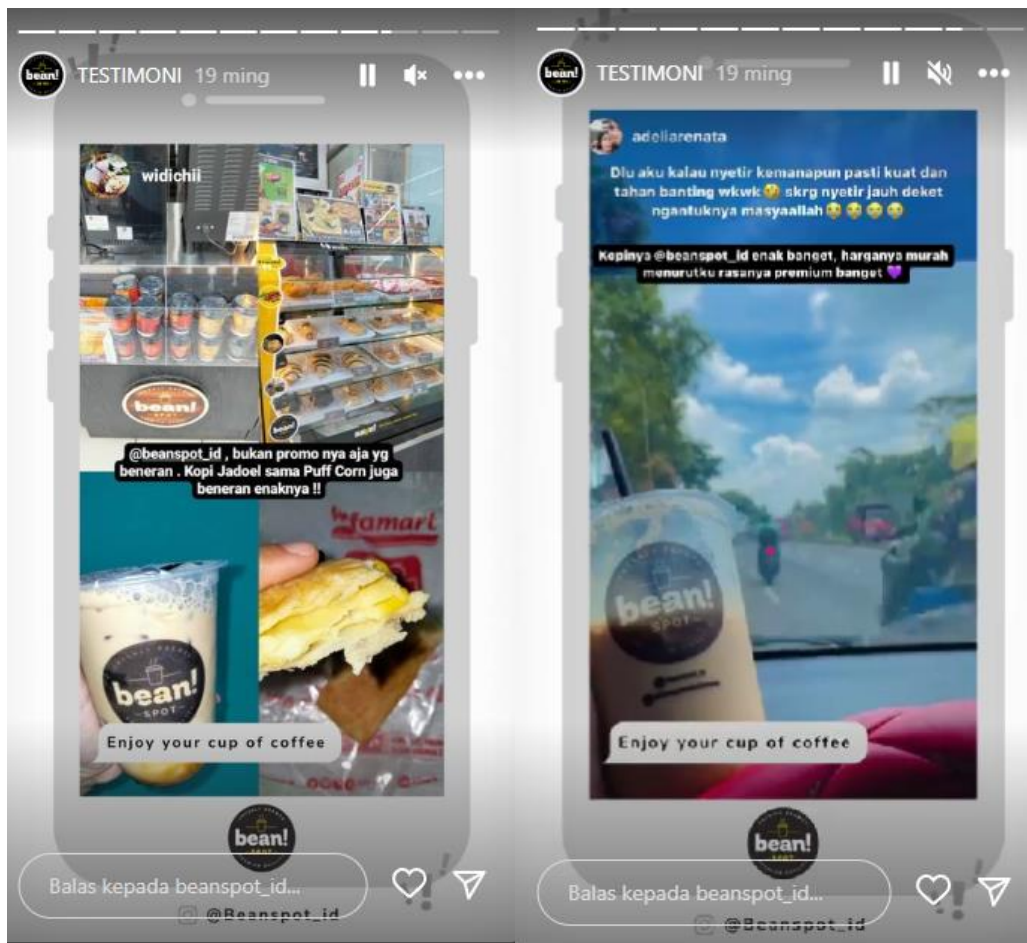


Sumber: instagram @beanspot_id (diakses pada 25 Oktober 2022)

2.6.3 Testimoni

Bean Spot turut melakukan *repost story* di akun Instagram yang berisikan cerita maupun pengalaman konsumen saat membeli dan mencoba produk Bean Spot yang diunggah melalui akun instagram konsumen untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal ini dilakukan Bean Spot untuk menjalin kedekatan dengan konsumen melalui interaksi di media sosial serta menunjukkan seberapa besar kepercayaan konsumen pada produk Bean Spot melalui *review* atau penilaian konsumen dengan harapan konsumen lainnya tertarik untuk membeli produk Bean Spot.

Gambar 2.5 Penilaian Konsumen Mengenai Produk Bean Spot Melalui Instagram



Sumber: instagram @beanspot_id (diakses pada 20 Desember 2022)