



Coffe Care

# USER PERSONA & CJM : COFFE CARE

Ngopi Tenang, Lambung  
Aman

Tugas Individu





**Ai Shanti Sugianty**



# RESEARCH PLAN

# BACKGROUND

Konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat, terutama pada usia 17–35 tahun. Namun, banyak konsumen muda mengalami masalah lambung seperti maag, GERD, dan perut sensitif setelah mengonsumsi kopi biasa. Mereka tetap membutuhkan kopi untuk fokus belajar/kerja, tetapi takut merasakan perih atau mual.

Tren ***gut health*** dan ***prebiotic food*** juga semakin populer, menunjukkan bahwa konsumen makin peduli pada produk yang tidak hanya enak, tapi juga mendukung kesehatan pencernaan.

Melihat peluang tersebut, dilakukan riset untuk mengetahui kebutuhan, perilaku, dan persepsi pengguna terhadap ide produk kopi aman lambung dengan prebiotik & herbal.

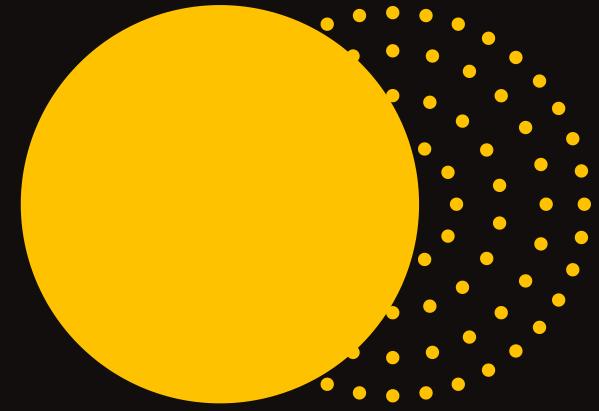


# IDENTIFIKASI PERMASALAHAN

- ✓ **Harga yang Tidak Terjangkau:** Harga kopi premium di kisaran Rp35.000 – Rp50.000/cup membuat konsumsi harian menjadi beban bagi mahasiswa dan pekerja muda dengan budget terbatas.
- ✓ **Efek Negatif terhadap Kesehatan Lambung:** Kopi konvensional memiliki kadar asam dan kafein yang memicu peningkatan asam lambung, menyebabkan heartburn, mual, dan gangguan pencernaan.



# RESEARCH OBJECTIVE



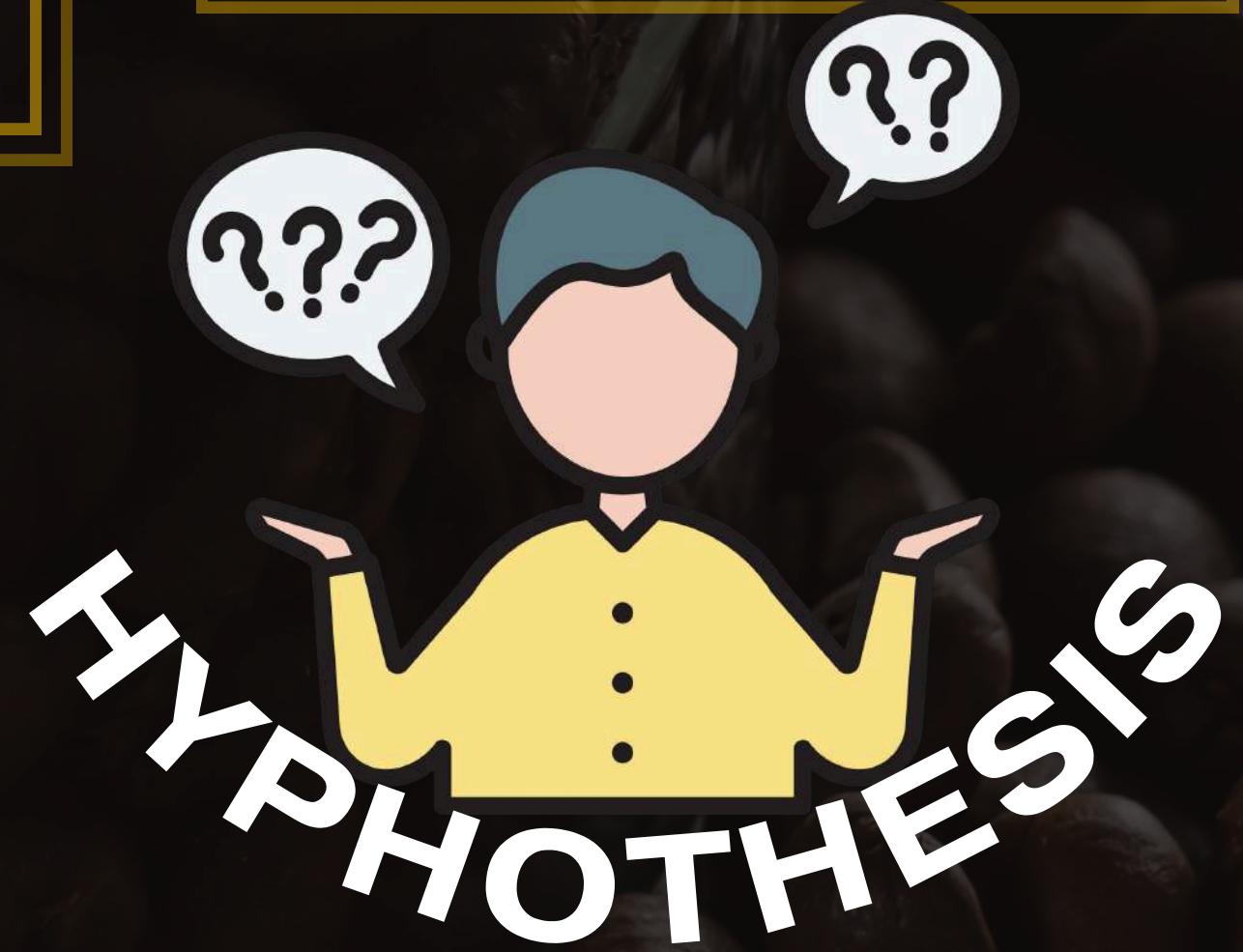
- ✓ Memahami kebiasaan konsumsi kopi dan masalah yang muncul pada pengguna dengan lambung sensitif.
- ✓ Menilai potensi penerimaan konsumen terhadap konsep kopi prebiotik & herbal.
- ✓ Menentukan insight utama yang dapat digunakan untuk penyusunan user persona, CJM, dan strategi komunikasi.
- ✓ Menguji kelayakan konsep produk kopi dengan tambahan prebiotik dan herbal sebagai solusi
- ✓ Memahami persepsi, ekspektasi, dan preferensi konsumen terhadap kopi yang tidak hanya memenuhi aspek (rasa, harga, kenyamanan)

Banyak konsumen ingin minum kopi tetapi terhalang masalah lambung (maag/GERD).

Konsumen membutuhkan kopi yang rasanya tetap enak tetapi lebih aman untuk perut.

Konsumen mempertimbangkan faktor rasa, kenyamanan lambung, harga, dan testimoni sebelum membeli kopi jenis baru.

Produk kopi dengan prebiotik & herbal memiliki peluang diterima karena tren kesehatan pencernaan sedang naik.



# TARGET RESPONDEN



## Demografi

- Usia: 17–35 tahun
- Domisili: kota besar (Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan)
- Jenis kelamin: Pria & wanita
- Status: Mahasiswa & pekerja awal karir

## Kriteria

- Mengonsumsi kopi minimal 2–5x per minggu
- Memiliki salah satu kondisi: maag, GERD, lambung sensitif, atau merasa tidak nyaman setelah minum kopi
- Pernah mencari alternatif kopi low acid / kopi herbal
- Aktif pada Instagram & TikTok

## SES (Sosial Economic Status)

- Menengah – menengah atas
- Pengeluaran kopi: Rp10.000–35.000 per serving
- Punya kebiasaan beli kopi sachet atau kopi susu kekinian

## Jumlah Responden

*In-depth interview:* 5 orang

## Behavior

- Mengonsumsi kopi 2–5 kali per minggu.
- Sering membeli kopi sachet atau kopi susu kekinian untuk alasan praktis.
- Mencari review produk melalui TikTok, Instagram, dan marketplace sebelum membeli.
- Sesekali berhenti minum kopi saat maag/GERD kambuh.

## Interest

- Minat terhadap produk *healthy lifestyle* seperti *low sugar*, *low calorie*, dan *low acid*.
- Tertarik dengan produk yang punya klaim “aman lambung”, “gentle”, atau “less acidic”.
- Menyukai cita rasa kopi yang tetap rich.
- Minat terhadap brand yang memberi edukasi kesehatan dan transparansi bahan.



# RESPONDENT INTERVIEW

# DISCUSSION GUIDE

## ✓ Introduction

“Halo kak, terima kasih sudah meluangkan waktu untuk wawancara ini. Perkenalkan, saya Mawar, sedang melakukan riset untuk memahami kebiasaan konsumsi kopi dan pengalaman para konsumen yang memiliki sensitivitas pada lambung.

Wawancara ini sifatnya santai, tidak akan lebih dari 20–30 menit. Semua jawaban kakak akan bersifat anonim yang nantinya digunakan untuk keperluan riset saja. Apakah kakak bersedia melanjutkan?”

## ✓ Awareness

- Apa yang biasanya menjadi alasan Anda mengonsumsi kopi?
- Apakah Anda pernah mengalami keluhan lambung setelah mengonsumsi kopi? Jika ya, keluhan seperti apa yang biasanya Anda rasakan?
- Ketika mengalami masalah lambung setelah mengonsumsi kopi, apa yang biasanya Anda lakukan?
- Apakah Anda sudah pernah mendengar tentang konsep kopi ramah lambung atau kopi rendah asam? [Pilihan: Ya/Tidak]

## ✓ Background Information

- “Boleh tau, aktivitas atau pekerjaan kakak sehari-hari apa?”
- “Seberapa sering kakak minum kopi dalam seminggu?”
- “Ada nggak kondisi lambung tertentu yang kakak rasakan? Misalnya maag, GERD, atau sering perih/kembung setelah minum kopi?”

## ✓ Consideration

- Jika ada produk kopi yang diklaim aman untuk lambung, menurut Anda faktor apa yang paling penting untuk dipertimbangkan?
- Apa kekhawatiran yang mungkin Anda rasakan sebelum mencoba produk kopi baru yang diklaim ramah lambung?
- Menurut Anda, seberapa penting informasi mengenai kandungan prebiotik atau herbal dalam kopi untuk membantu mengurangi masalah lambung? [Kotak teks]
- Apakah Anda cenderung mempercayai klaim kesehatan yang tertera pada kemasan produk makanan dan minuman? Mengapa?

# DISCUSSION GUIDE

## ✓ Purchase

- Ceritakan pengalaman terakhir Anda membeli kopi. Di mana Anda membelinya dan apa yang membuat Anda memilih produk tersebut?
- Jika ada kopi ramah lambung yang mengandung prebiotik, apa yang dapat membuat Anda tertarik untuk mencobanya?
- Berapa kisaran harga yang menurut Anda masih wajar untuk kopi yang memiliki kualitas baik dan diklaim aman untuk lambung?

## ✓ Retention

- Apa yang membuat Anda mau membeli kembali produk kopi yang sama?
- Apa yang biasanya membuat Anda berhenti membeli atau menggunakan produk kopi tertentu?
- Apakah program seperti promo, sistem langganan, membership, atau reward menarik bagi Anda untuk terus membeli produk kopi yang sama? Jelaskan alasannya.
- Menurut Anda, apa yang dapat membuat Anda menjadi pengguna jangka panjang dari produk kopi ramah lambung?

## ✓ Advocacy

- Jika ada produk kopi yang terbukti membantu mengurangi masalah lambung dan rasanya sesuai dengan selera Anda, apakah Anda akan merekomendasikannya kepada teman atau keluarga? [Pilihan: Ya/Tidak]
- Biasanya, apa yang membuat Anda ingin merekomendasikan suatu produk kepada orang lain?

## ✓ Closing

“Terima kasih banyak kak sudah berbagi cerita. Dari semua hal yang kita bahas, apakah ada tambahan lain terkait pengalaman minum kopi atau masalah lambung yang belum sempat kakak sampaikan?”

“Jawaban kakak sangat membantu kami dalam mengembangkan produk kopi yang lebih aman bagi lambung. Terima kasih!”

# IN DEPTH INTERVIEW

## Background Information

Isis Prianita, Perempuan, berusia 22 tahun, seorang mahasiswa, berdomisili di Jakarta. Konsumsi kopi 3–5x/minggu.

## Awareness

Isis minum kopi terutama untuk **meningkatkan fokus**, mengatasi ngantuk, dan karena suka aroma serta rasanya. Namun, ia cukup sering mengalami **keluhan lambung** setelah minum kopi—mulai dari perih, rasa mual ringan, sampai dada terasa panas. Kalau sudah begitu, biasanya ia **minum air hangat**, makan sesuatu yang ringan, dan mengurangi konsumsi kopi di hari berikutnya. Isis juga sudah pernah dengar tentang **kopi ramah lambung/low acid**.

## Consideration

Saat mempertimbangkan kopi yang aman untuk lambung, ia fokus pada **kandungan asam yang rendah**, cara pengolahan yang jelas, dan **bahan tambahan yang aman**. Ia juga ingin ada testimoni nyata. Kekhawatiran terbesarnya sebelum mencoba produk baru adalah **takut rasanya aneh**, tetapi memicu nyeri lambung, atau **harganya terlalu mahal**. Informasi terkait prebiotik/herbal menurutnya **cukup penting**, tapi harus ada penjelasan ilmiah sederhana agar lebih meyakinkan. Ia tidak langsung percaya klaim kesehatan di kemasan—perlu ada ulasan nyata atau sertifikasi.

## Purchase

Terakhir kali ia membeli kopi di supermarket karena **ada diskon** dan aromanya sesuai selera. Untuk produk kopi ramah lambung dengan prebiotik, ia akan tertarik mencoba kalau ada review positif, rasanya enak, dan **terbukti aman di lambung**.

Harga yang wajar menurutnya adalah **Rp35–60 ribu per pack** atau **Rp10–18 ribu per sachet premium**.

## Advocacy

Isis akan dengan senang hati merekomendasikan suatu produk kalau **benar-benar terasa manfaatnya**, harganya masih masuk akal, dan rasanya cocok. Baginya, kejujuran dan manfaat nyata adalah faktor paling besar.

# IN DEPTH INTERVIEW

## Retention

Ia akan loyal jika produk:

- rasanya konsisten,
- **tidak mengganggu lambung,**
- harganya stabil, dan
- mudah ditemukan.

Sebaliknya, ia berhenti membeli kalau harga naik drastis, kualitas berubah, atau mulai bikin lambung tidak nyaman. Ia juga tertarik dengan **promo, membership, atau program langganan** karena bisa bantu hemat.

Untuk menjadi pengguna jangka panjang, produk harus **terpercaya, aman, stabil kualitasnya**, dan tetap ramah di kantong.

## Penutupan

Isis sebenarnya **suka kopi**, tapi sering merasa was-was karena lambungnya sensitif.

Ia berharap lebih banyak brand yang menyediakan **kopi nikmat tapi tetap aman untuk lambung**, sehingga tidak perlu merasa takut setiap ingin minum kopi.

# KEY INSIGHT

## Background

Pengguna memiliki kekhawatiran terkait kesehatan pencernaan, terutama lambung yang sensitif. Mereka mencari produk minuman sehat yang tidak hanya enak, tetapi juga memberikan rasa aman saat dikonsumsi harian tanpa memicu perih atau asam lambung.

## Awareness

Banyak pengguna memiliki kekhawatiran terkait kesehatan pencernaan, terutama lambung yang sensitif. Mereka mencari produk minuman sehat yang tidak hanya enak, tetapi juga memberikan rasa aman saat dikonsumsi harian tanpa memicu perih atau asam lambung.

## Consideration

Pengguna biasanya pertama kali mengenal produk melalui konten edukasi di sosial media, seperti informasi tentang prebiotik herbal, manfaat untuk gut health, dan penjelasan ilmiah sederhana yang mudah dipahami. Testimoni dari pengguna lain juga menjadi pemicu awal kesadaran akan produk ini.

## Purchase

Keputusan membeli biasanya didorong oleh kombinasi antara rasa ingin mencoba, faktor promo, rekomendasi teman, dan kejelasan manfaat yang ditawarkan. Packaging dan branding yang meyakinkan seperti klaim "nyaman di lambung" juga memperkuat niat beli.

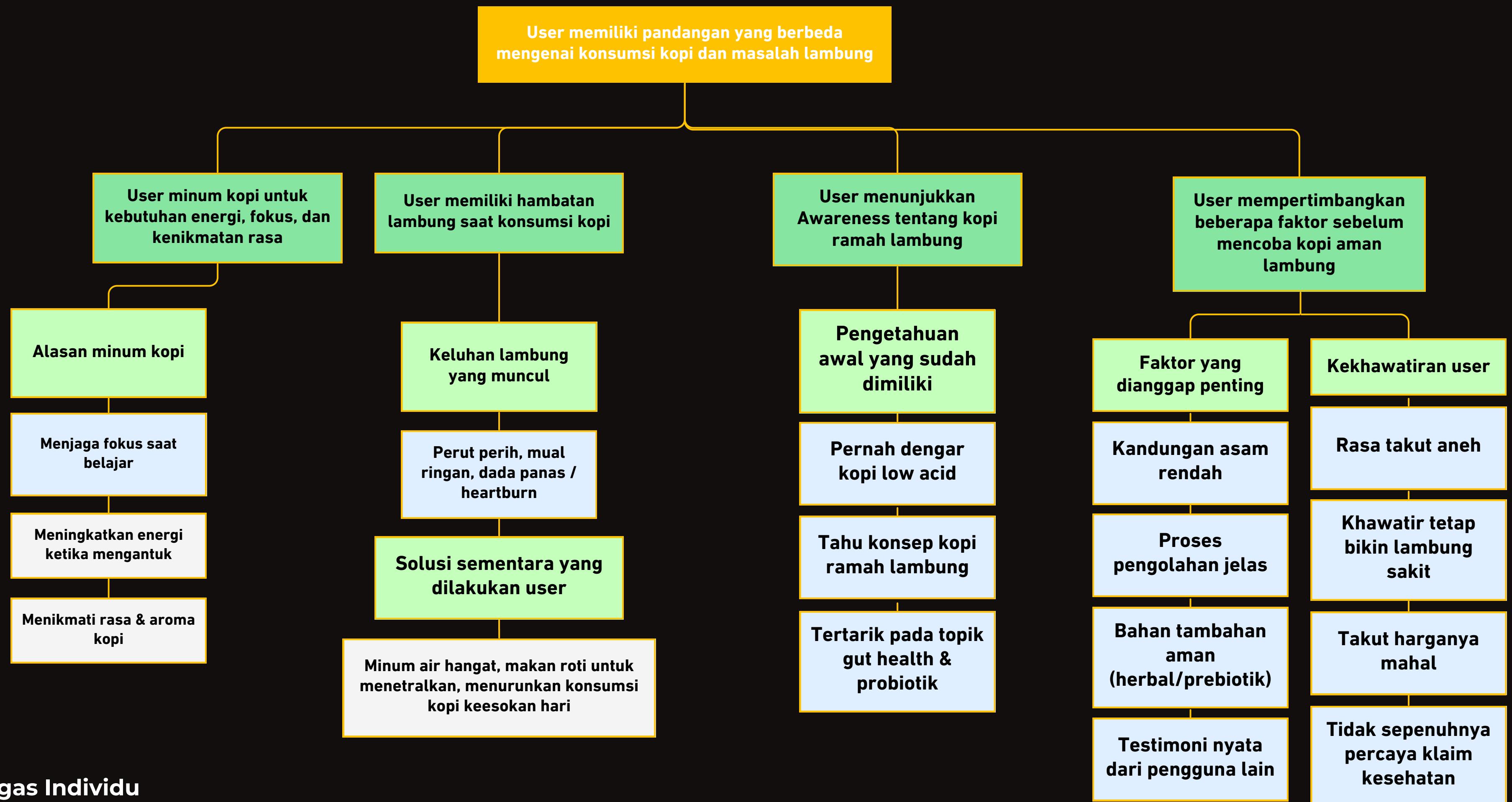
## Advocacy

Jika produk memberikan manfaat nyata seperti pencernaan lebih lancar atau tidak memicu perih, pengguna cenderung membagikan pengalamannya di media sosial atau kepada teman. Mereka lebih nyaman merekomendasikan sesuatu yang sudah terbukti di tubuh mereka sendiri.

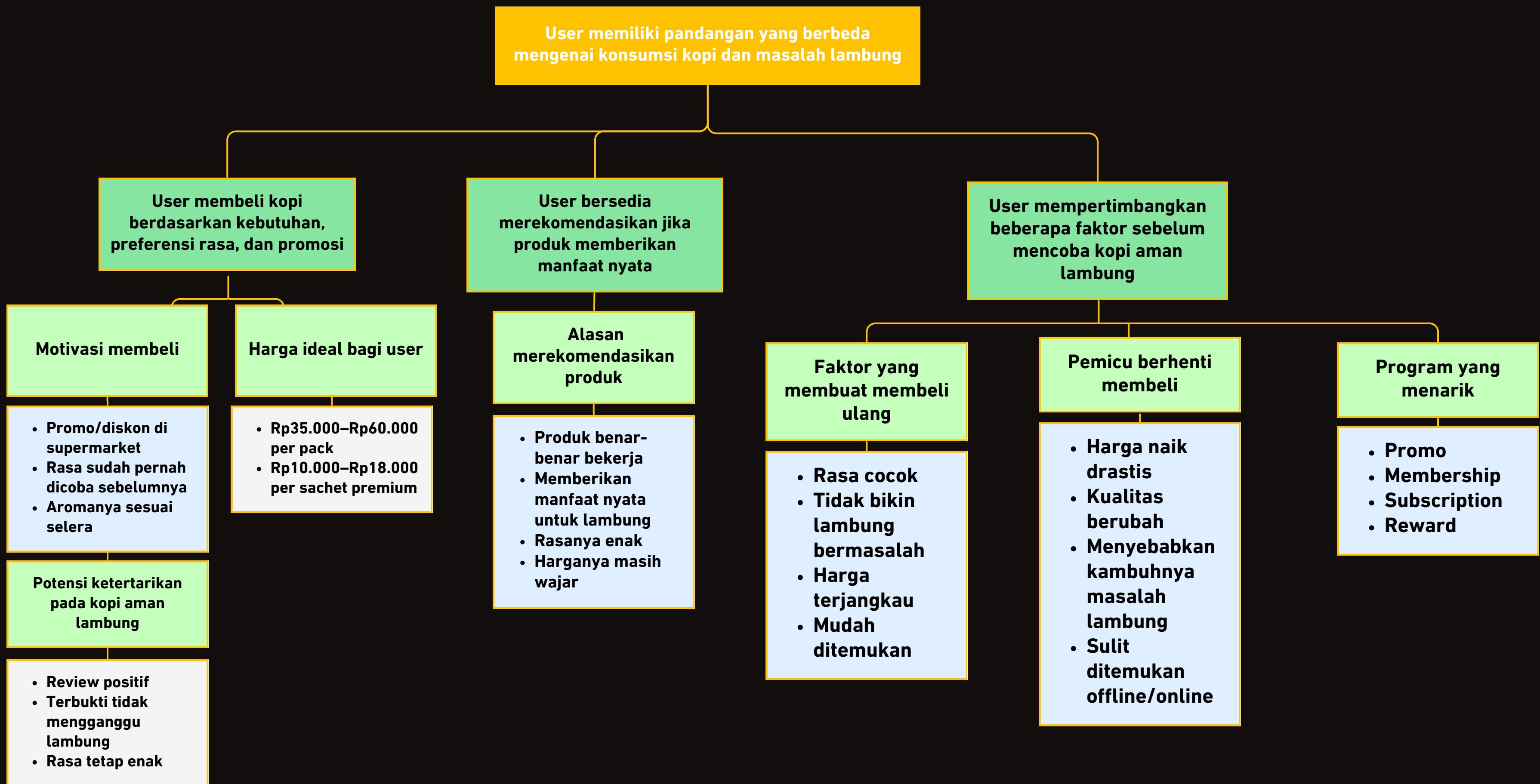
## Retention

Pengguna bersedia membeli ulang jika merasakan efek positif yang konsisten, rasanya tetap enak, harganya masuk akal, serta produk mudah didapatkan di berbagai platform. Inovasi varian rasa atau ukuran juga bisa meningkatkan loyalitas.

# AFFINITY WALL



# AFFINITY WALL





Coffe Care

# THANK YOU

For Listening to our Presentation