



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2019

**Analisis Strategi Diferensiasi Berdasarkan *Value Chain* pada
Brother Jonn and Sons di Bandung**

Skripsi

Oleh

Ghaliya Silka Nadhira

2015320136

Bandung

2019



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2019

**Analisis Strategi Diferensiasi Berdasarkan *Value Chain* pada
Brother Jonn and Sons di Bandung**

Skripsi

Oleh

Ghaliya Silka Nadhira

2015320136

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos.MM., M.Phil.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Ghaliya Silka Nadhira
Nomor Pokok : 2015320136
Judul : Analisis Strategi Diferensiasi Berdasarkan *Value Chain* pada Brother Jonn and Sons di Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 20 Desember 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, S. T., M.AB : _____

Sekretaris

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil. : _____

Anggota

Gandhi Pawitan, Ph.D : _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ghaliya Silka Nadhira

NPM :2015330136

ProgramStudi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Diferensiasi Berdasarkan *Value Chain* pada
Brother Jonn and Sons di Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 6 Desember 2019

Ghaliya Silka Nadhira

ABSTRAK

Nama: Ghaliya Silka Nadhira

NPM: 2015320136

Judul: Analisis Strategi Diferensiasi Berdasarkan Value Chain pada Brother Jonn and Sons di Bandung

Subsektor ekonomi kreatif dalam bidang kuliner sangat berkembang pesat di Indonesia. Dengan jumlah populasi masyarakat yang melebihi 250 juta orang, Indonesia adalah pasar yang berpotensi tinggi menghasilkan keuntungan bagi produsen makanan dan minuman. Hal ini dapat memicu pelaku bisnis untuk menciptakan strategi yang unik agar dapat unggul dan berbeda dari pesaing. Brother Jonn and Sons adalah salah satu pelaku bisnis pada bidang kuliner. Dengan persaingan yang sangat ketat terutama di Kota Bandung, Brother Jonn and Sons perlu mengetahui keunikannya dengan menggunakan strategi diferensiasi agar mendapatkan keunggulan bersaing.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode penelitian kualitatif. Data atas objek penelitian di koleksi melalui wawancara mendalam dan pengamatan (observasi). Selanjutnya, data dianalisis menggunakan analisis *Value Chain* dan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa Brother Jonn and Sons telah melakukan diferensiasi produk, diferensiasi jasa, diferensiasi citra, dan diferensiasi saluran distribusi. Selanjutnya, berdasarkan analisis SWOT dengan memetakan peluang dan ancaman berdasarkan analisis lingkungan eksternal dan kelemahan dan kekuatan berdasarkan *value chain*, didapatkan strategi dalam kemampuan pengembangan diferensiasi Brother Jonn and Sons.

Kata Kunci: Strategi, Strategi Generik, Model Lima Kekuatan Porter, Analisis SWOT, Rantai Nilai.

ABSTRACT

Name: Ghaliya Silka Nadhira

NPM: 2015320136

Title: Analysis of Differentiation Strategy Using Value Chain on Brother Jonn and Sons in Bandung

The creative economic subsectors in the field of culinary are growing rapidly in Indonesia. With a population greater than 250 million people, Indonesia is a high-potential market that makes a profit for food and beverage producers. This can trigger businesses to create unique strategies that can be superior and distinct from competitors. Brother Jonn and Sons is one of the business people in the field of culinary. With a very strict competition especially Bandung City, Brother Jonn and Sons need to know its uniqueness by using differentiation strategy to gain competitive advantage.

This research uses a type of descriptive research with qualitative research methods. The data on the research objects is collected through in-depth interviews and observations (observations). Furthermore, the data were analyzed by using Value Chain analysis and SWOT analysis.

Based on the results of the analysis, it can be concluded that Brother Jonn and Sons has been conducting product differentiation, service differentiation, image differentiation, and distribution channel differentiation. Furthermore, based on SWOT analysis by mapping opportunities and threats based on external environmental analysis and weakness and strength based on value chain, the strategy gained in the differentiation capability of Brother Jonn and Sons.

Keywords: Strategy, Generic Strategy, Porter's 5 Forces, SWOT Analysis, Value Chain.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta kasih dan sayang-Nya kepada peneliti sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Diferensiasi Berdasarkan *Value Chain* pada Brother Jonn and Sons di Bandung” ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu (S1) , Program Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Banyak pihak-pihak yang terlibat untuk membantu dan memberikan semangat pada peneliti dalam melakukan penyusunan skripsi ini. Sehingga, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Untuk kedua orang tua tercinta, Ayah dan Ibu. Terima kasih atas dukungan berupa waktu, perasaan, dan terutama materi yang dikeluarkan untuk penulis. Juga untuk Tim Futsal Kakak Difa, Rayna, Razif, dan Saarah. *I love you so much.*
2. Ibu Dr. Theresia Gunawan MM., M.Phil. yang sangat baik hati dalam membimbing penulis menyusun skripsi ini.
3. Mas Novianto, Kak Dena, dan Kak Kinan selaku perwakilan dari Brother Jonn and Sons yang kooperatif dan mengizinkan penulis untuk mendapatkan informasi untuk data penelitian.
4. Teman-teman Visnis dan Adbis Unpar yang seperjuangan dalam meraih gelar S1, yang baik hati mengajari aku teori-teori untuk ujian, sukses selalu!

5. Teman-teman Listra, Rumah Hantu, divisi-divisi lainnya atas pengalaman yang luar biasa.
6. Teman-teman yang berparas cantik yaitu Intan Puteri yang luar biasa mengorbankan waktu untuk membantu penulis secara akademis maupun non-akademis, Nabila R yang sudah seperti kakak, Asri dan Nabdin yang menjadi teman belanja baju, teman tertawa dan menangis. Juga untuk Racita, Rainta, Evira, Rivka, Cia, Ivanda yang mewarnai hari-hari penulis selama perkuliahan dengan segala drama yang terjadi.
7. Seluruh dosen dari Universitas Katolik Parahyangan yang memberi ilmu-ilmu luar biasa dan seluruh karyawan yang membantu melancarkan kegiatan proses belajar penulis
8. Teman sekolah menengah pertama yang selalu ada. Untuk Ermira, Ersya, Adinda, Hilda, Ananda yang selalu ada sedari dulu dan selalu menyediakan waktu untuk mendengar keluh kesah penulis.
9. Cemengki selaku kucing kesayangan penulis, terima kasih telah menemani selama penyusunan skripsi ini.
10. Alfiah Zein, terima kasih telah memilih penulis sebagai kerabat terdekat dan bersama-sama menjalani kehidupan perkuliahan.
11. Luthfiah Rahmani yang melalui proses pendewasaan diri bersama penulis, semangat selalu.
12. Terakhir untuk orang yang selalu terucap dalam doa, Salman Akbar Kusuma, terimakasih untuk selalu ada. Terima kasih atas roti kukus karamel keju kesukaan penulis yang diberikan selagi penulis menyusun skripsi, *it means a lot*.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari masih adanya beberapa kekurangan yang dikarenakan oleh keterbatasan kemampuan dan pengalaman peneliti. Oleh karena itu, peneliti membutuhkan kritik dan dasar yang bersifat membangun untuk memperbaiki kekurangan tersebut untuk pihak yang membaca karya ini.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya dan dapat berguna di masa yang akan datang.

Bandung, 11 Desember, 2019

Peneliti,

Ghaliya Silka Nadhira

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	5
1.3 Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Bagi Peneliti.....	6
1.3.2 Bagi Perusahaan.....	6
1.3.3 Bagi Pembaca.....	6
BAB 2 KERANGKA TEORI.....	7
2.1 Definisi Strategi.....	7
2.2 Strategi Bisnis.....	9
2.3 Manajemen Strategi.....	9
2.4 The Five Generic Competitive Strategies.....	11
2.5 Differentiation Strategy.....	14
2.5.1 Jenis Strategi Diferensiasi.....	14
2.6 Analisis Lingkungan Eksternal.....	16
2.6.1 Lingkungan Makro.....	16
2.6.2 Analisis Lingkungan Mikro.....	19
2.6.3 Lingkungan Industri.....	19

2.7	Analisis Lingkungan Internal	23
2.7.1	Value Chain	24
2.8	Analisis SWOT	29
2.8.1	SWOT Matrix	30
BAB 3 METODE PENELITIAN		33
3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Metode Penelitian	34
3.3	Sumber Data	34
3.4	Teknik Pengambilan Data	35
3.5	Teknik Analisis Data	37
3.5.1	Analisis Value Chain	37
3.5.2	Analisis SWOT	38
BAB 4 OBJEK PENELITIAN		39
4.1	Sejarah Perusahaan	39
4.2	Profil Perusahaan	40
4.2.1	Visi dan Misi	40
4.2.2	Logo Perusahaan	41
4.2.3	Segmentasi, Target dan Posisi Pasar	42
4.2.4	Lingkungan Fisik dan Fasilitas	42
4.2.5	Struktur Organisasi	45
4.2.6	Uraian Jabatan	47
4.3	Produk	50
4.3.1	Makanan	50
4.3.2	Minuman	52
BAB 5 ANALISIS DAN PEMBAHASAN		54
5.1	Analisis Strategi yang Digunakan Perusahaan Saat Ini: Strategi Diferensiasi	54
5.2	Analisis Lingkungan Eksternal	59

5.2.1	Lingkungan Makro.....	59
5.2.2	Lingkungan Industri.....	66
5.3	Analisis Lingkungan Internal.....	73
5.3.1	Analisis Value Chain	73
	91
5.4	Analisis SWOT	100
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		111
6.1	Kesimpulan.....	111
6.2	Saran.....	116
LAMPIRAN.....		I

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Wisatawan yang Datang ke Akomodasi di Kota Bandung 2014 – 2016 (orang).....	3
Gambar 2.1 The Five Generic Competitive Strategies	11
Gambar 2.2 Porter’s Forces Model of Industry Competition	20
Gambar 2.3 Analisis Lingkungan Internal.....	23
Gambar 2.4 Value Chain.....	28
Gambar 4.1 Logo Brother Jonn & Sons.....	41
Gambar 4.2 Produk Burger Brother Jonn & Sons.....	43
Gambar 4.3 Lingkungan Brother Jonn & Sons.....	43
Gambar 4.4 Lingkungan Brother Jonn & Sons.....	44
Gambar 4.5 Dapur Brother Jonn & Sons	44
Gambar 4.6 Lingkungan Brother Jonn & Sons.....	45
Gambar 4.7 Struktur Organisasi Brother Jonn & Sons.....	46
Gambar 5.1 Proses Distribusi	58
Gambar 5.2 Peran Pulau dalam Pembentukan PDB Nasional Triwulan II-2019 (Persen).....	60
Gambar 5.3 Jumlah Penduduk Kota Bandung Menurut Kelompok Usia (2018)	62
Gambar 5.4 Perkiraan Cuaca Hujan pada Bulan Nopember.....	65
Gambar 5.5 Laman Profil Instagram Brither Jonn & Sons.....	83
Gambar 5.6 Konten Instagram Brother Jonn & Sons	84
Gambar 5.7 Konten Aktraktif yang Dilakukan Brother Jonn & Sons di Instagram	85
Gambar 5.8 Konten Awareness pada Instagram Brother Jonn & Sons	86
Gambar 5.9 Konten Edukasi di Instagram Brother Jonn & Sons	87
Gambar 5.10 Konten Aktraktif lain di Instagram Brother Jonn & Sons	88
Gambar 5.11 Konten Kolaborasi di Instagram Brother Jonn & Sons.....	89
Gambar 5.12 Konten Burger Battle di Instagram Brother Jonn & Sons	90
Gambar 5.13 Konten Atraktif di Instagram Brother Jonn & Sons	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Diagram SWOT Rangkuti	32
Tabel 4.1 Daftar Produk Makanan Brother Jonn & Sons	51
Tabel 4.2 Daftar Produk Minuman Brother Jonn & Sons	52
Tabel 5.1 Competitive Matrix.....	68
Tabel 5.2 Peluang dan Ancaman Brother Jonn & Sons.....	72
Tabel 5.3 Kekuatan dan Kelemahan pada Rantai Nilai Brother Jonn & Sons	98
Tabel 5.4 Matrix SWOT Brither Jonn & Sons	101

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, subsektor ekonomi kreatif dalam bidang kuliner sangat berkembang pesat di Indonesia. Berdasarkan data yang dilansir dari Media Indonesia, tiga subsektor utama penopang industri kreatif adalah kuliner, fesyen, dan kriya. Dengan jumlah populasi masyarakat yang melebihi 250 juta orang, maka Indonesia adalah pasar yang berpotensi tinggi menghasilkan keuntungan bagi produsen makanan dan minuman (Tribun, 2016).

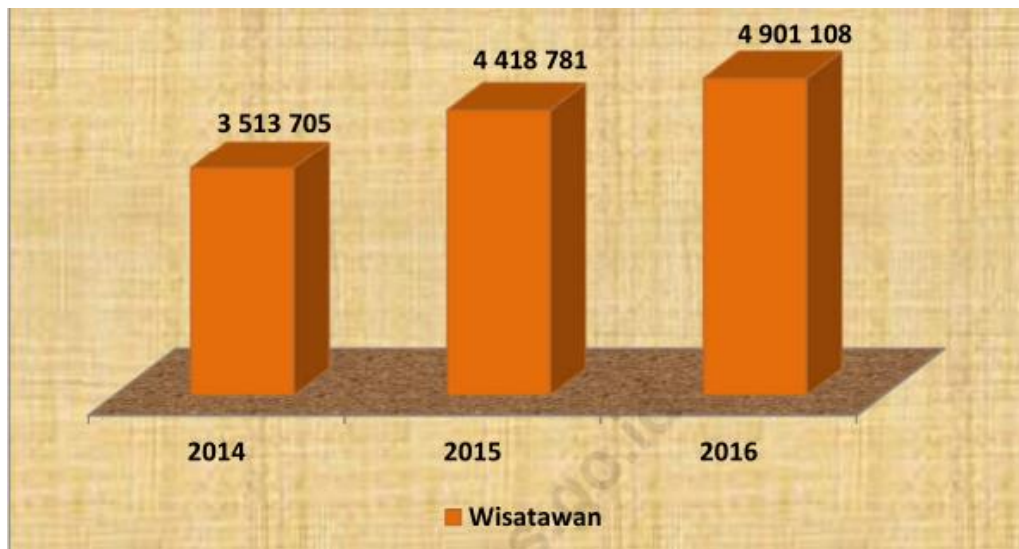
Hal tersebut dikarenakan adanya perkembangan produksi industri makanan sebesar 9,93 persen yang mencakup makanan dan minuman (Tribun, 2018). Berdasarkan berita yang dilansir dari Tempo, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 8,67 persen pada triwulan II tahun 2018 yang melebihi target awalnya yaitu sebesar 8 persen (Setiawan, 2018). Menurut Deputi Riset, Edukasi, dan Pengembangan Bekraf RI AR Boy Berawi yang dikutip dari (Agmasari, 2018), salah satu penopang untuk industri kreatif adalah melalui bidang kuliner. 68 persen dari 8,2 juta unit industri bergerak di bidang kuliner. Para pelaku bisnis kuliner menyebar luas keseluruh wilayah di Indonesia, terutama pada kota-kota besar yang mempunyai jumlah penduduk yang banyak.

Bandung adalah salah satu kota dengan minat pada bidang kuliner yang cukup tinggi. Menurut Menteri Pariwisata Arief Yahya, kuliner dijadikan hal utama yang dicari oleh para wisatawan karena sebelumnya Indonesia belum

memiliki destinasi kuliner yang pasti. Kemenpar menilai hal ini lalu memilih tiga lokasi yang dijadikan tujuan utama yaitu Joglosemar, Bali, dan Bandung (Samparaya, 2018).

Kriteria tertentu ditetapkan untuk menentukan destinasi kuliner, yaitu kesiapan para pelaku bisnis, variasi produk, dan pemerintah daerah yang menganggap bisnis tersebut akan berkembang. Pada tahun 2015, Kemenpar melakukan penilaian ke berbagai daerah dengan membuat tim khusus yang terdiri dari para pakar. Kemudian, Kementerian Pariwisata menetapkan kota Bandung menjadi kota kuliner. Adapula data yang dilansir dari CNN Indonesia yang menyatakan bahwa Bandung terpilih menjadi salah satu pilihan destinasi wisata favorit di Asia. Kota kembang ini pun menduduki peringkat ke-4 setelah Bangkok, Seoul, dan Mumbai. Selain itu, ibu kota Jawa Barat ini pun memasuki urutan kelima se-Asia Pasifik dan urutan ke-21 di dunia dalam bidang pariwisata (Wahyuni, 2015).

Hal tersebut menjadi daya pikat bagi masyarakat dalam dan luar kota Bandung untuk berkunjung dan mencicipi beragam makanan dan minuman. Kota Bandung dapat diibaratkan seperti surga bagi masyarakat yang menyukai jajan. Pelaku bisnis dalam bidang kuliner di Bandung sudah menyebar luas dengan beragam variasi produk yang ditawarkan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung, berikut data yang tertera:



Gambar 1.1 Data Jumlah Wisatawan yang Datang ke Akomodasi di Kota Bandung 2014 – 2016 (orang)

Sumber: Jawa Barat dalam Angka Tahun 2015-2017

Dari data yang tertera di atas, dapat disimpulkan jumlah wisatawan yang datang ke kota Bandung semakin tinggi. Wisatawan masuk ke kota Bandung dengan tujuan yang berbeda-beda. Jalan-jalan, berburu pakaian, dan berburu makanan pun menjadi daya tarik wisatawan, sehingga hampir setiap akhir pekan, kota Bandung ramai dikunjungi wisatawan maupun masyarakat Bandung sendiri.

Seiring bertambahnya pelaku bisnis terutama di bidang kuliner, persaingan pun semakin ketat. Contohnya adalah penawaran berdasarkan suasana, tempat, harga, ataupun produk. Meskipun ada sebagian usaha kecil yang terus menguntungkan dan berkinerja baik di berbagai industri, 18 bulan pertama sebagian besar perusahaan mengalami kegagalan dikarenakan strategi yang tidak tepat (Sari, 2019).

Dengan faktor-faktor yang tertera diatas, perlu diadakan inovasi yang kreatif untuk menarik minat konsumen. Berdasarkan berita yang dilansir dari Liputan 6, *food truck* merupakan bentuk bisnis baru yang berkembang di era milenial. Trennya berasal dari Barat, terutama dari Amerika Serikat (Liputan 6, 2018).

Brother Jonn & Sons merupakan salah satu pemain dalam industri Food and Beverages (F&B) yang berlokasi di Jalan Ciumbuleuit No. 107. Alasan penulis memilih perusahaan ini untuk dijadikan objek penelitian adalah karena perusahaan cukup unik dengan menggunakan konsep restoran dengan food truck. Penelitian ini mengadopsi konsep-konsep strategi diferensiasi. Menurut penelitian (Tanwar, 2013) menunjukkan bahwa yang lebih memungkinkan menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi adalah strategi diferensiasi daripada strategi biaya rendah, karena hasil produk atau jasa dari strategi diferensiasi lebih baik. Sehingga, penelitian ini akan membahas bagaimana *Brother Jonn & Sons* melakukan strategi diferensiasi dengan mempunyai keunikan dari pesaing, serta potensi-potensi yang dikembangkan perusahaan sampai menjadi unggul dan bertahan, dan memiliki nilai tambah yang diberikan kepada konsumen dengan judul “Analisis Strategi Diferensiasi Berdasarkan Value Chain pada *Brother Jonn & Sons* di Bandung”.

Berdasarkan dari fenomena yang telah diuraikan pada Latar Belakang di atas, maka dapat disimpulkan rumusan pokok-pokok permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Diferensiasi seperti apa yang digunakan oleh *Brother Jonn & Sons*?
2. Bagaimana kondisi lingkungan internal berdasarkan *Value Chain* yang ada pada *Brother Jonn & Sons*?
3. Bagaimana kondisi lingkungan secara eksternal dari *Brother Jonn & Sons*?
4. Strategi diferensiasi seperti apa yang dapat dikembangkan berdasarkan *Value Chain* oleh *Brother Jonn & Sons*?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah tertera diatas, dapat disimpulkan tujuan dari penelitian pada *Brother Jonn and Sons* adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi diferensiasi yang diterapkan *Brother Jonn and Sons* dan bagaimana realisasi dari strategi tersebut
2. Untuk menganalisis kondisi lingkungan internal berdasarkan *Value Chain* yang ada pada *Brother Jonn & Sons*
3. Untuk menganalisis kondisi lingkungan eksternal dari *Brother Jonn and Sons*

4. Untuk menganalisis dan merancang strategi yang dapat dikembangkan kedepannya oleh Brother Jonn and Sons berdasarkan *Value Chain*.

1.3 Manfaat Penelitian

1.3.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada penulis dalam menambah wawasan tentang pelaksanaan strategi diferensiasi secara eksternal yaitu dalam lingkungan bisnis dan internal untuk perusahaan sehingga unggul dalam bersaing.

1.3.2 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan untuk menganalisis kondisi perusahaan secara internal sehingga dapat mengetahui langkah strategis yang tepat untuk dapat bersaing.

1.3.3 Bagi Pembaca

Dari penelitian ini, diharapkan pembaca dapat menambah edukasi mengenai strategi diferensiasi, bagaimana cara berkompetensi dan menghadapi persaingan ketat dalam lingkungan bisnis.