



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

Terakreditasi A

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

Analisis Strategi Bersaing pada Restoran Kopi Q
Bandung

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Nadya Purnama Godjaliputri

2016320226

Bandung

2019



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

Terakreditasi A

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

Analisis Strategi Bersaing pada Restoran Kopi Q
Bandung

Skripsi

Oleh

Nadya Purnama Godjaliputri

2016320226

Pembimbing

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

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

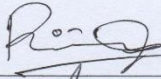


Tanda Pengesahan Skripsi,


Nama : Nadya Purnama Godjaliputri
Nomor Pokok : 2016320226
Judul : Analisis Strategi Bersaing pada Restoran Kopi Q Bandung

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

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
James Rianto Situmorang, Drs., M.M

: 

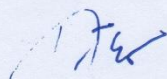
Sekretaris
Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: 

Anggota
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nadya Purnama G.
NPM : 2016320226
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi Bersaing pada Restoran Kopi Q
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, 10 Desember 2019



Nadya Purnama Godjaliputri

ABSTRAK

Nama : Nadya Purnama Godjaliputri

NPM : 2016320226

Judul : Analisis Strategi Bersaing pada Restoran Kopi Q Bandung

Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor penting bagi ekonomi Indonesia. Indonesia juga tercatat sebagai negara dengan pertumbuhan pariwisata tercepat pertumbuhannya ke - 9 di dunia, nomor 3 di Asia, dan nomor 1 di Kawasan Asia Tenggara. Salah satu pendorong pada sektor ini yaitu pada sub sektor kuliner. Indonesia sendiri memiliki kuliner yang beragam. Salah satu provinsi yang memiliki wisata kuliner beragam yaitu Provinsi Jawa Barat, termasuk salah satu kotanya yaitu Kota Bandung. Usaha pada sektor ini menjadi menjanjikan mengingat bahwa kebutuhan pokok manusia salah satunya untuk makan. Oleh sebab itu, banyak resto / kafe / tempat makan yang bermunculan di Kota Bandung ini, salah satunya yaitu *Kopi Q* yang terletak di perumahan Mekar Wangi Bandung.

Untuk dapat bertahan dan bersaing dalam industri ini, tentunya perusahaan harus menyiapkan strategi terbaik guna mempertahankan usahanya tersebut. Maka dari itu, dalam tulisan ini, penulis melakukan analisa terhadap strategi bersaing yang diaplikasikan oleh *Kopi Q*, dengan melihat juga matriks Generik Porter serta dengan menganalisa faktor lingkungan internal (SDM, Operasi, Keuangan, Bauran Pemasaran “7P” dan STP) dan juga eksternal (PESTLE dan 5 kekuatan porter) perusahaan tersebut, melalui kegiatan wawancara dan juga observasi langsung dengan pihak *Kopi Q*, dan melakukan penelitian kepustakaan untuk melengkapi tulisan ini. Hasil yang didapat dari analisa faktor internal dan eksternal kemudian dilanjutkan dengan menggunakan matriks SWOT, Matriks Internal - Eksternal, dan Matriks QSPM.

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisa dari matriks SWOT dan matriks Internal – Eksternal, menunjukkan posisi *Kopi Q* pada kuadran IV, yaitu posisi tumbuh dan berkembang, yang terdiri dari strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, dan strategi pengembangan produk. Kemudian, pada matriks QSPM strategi yang sesuai untuk diaplikasikan pada *Kopi Q* untuk dapat terus bertahan dan bersaing pada pasarnya, yaitu strategi pengembangan produk.

Kata kunci : Kuliner, Strategi Bersaing, Matriks SWOT, Matriks Internal – Eksternal, Matriks QSPM

ABSTRACT

Name : Nadya Purnama Godjaliputri

NPM : 2016320226

Title : *Competitive Strategy Analysis of Kopi Q Bandung*

Indonesian tourism is one of the important sectors for the Indonesian economy. Indonesia is also listed as the 9th fastest growing tourism country in the world, number 3 in Asia, and number 1 in the Southeast Asia Region. One of the drivers in this sector is in the culinary sub-sector. Indonesia itself has a variety of culinary. One of the provinces that has a variety of culinary tourism is the Provision of West Java, including one of the cities, the city of Bandung. Business in this sector is promising given that one of the basic human needs is to eat. Therefore, many restaurants / cafes / eating places that have sprung up in Bandung, one of which is Kopi Q which is located in the Mekar Wangi housing complex in Bandung.

To be able to survive and compete in this industry, of course, companies must prepare the best strategy to maintain the business. Therefore, in this paper, the authors analyze the competitive strategy applied by Kopi Q, by also looking at the Generic Porter matrix and by analyzing internal environmental factors (HR, Operations, Finance, Marketing Mix "7P" and STP) and also external (PESTLE and Porter's 5 Forces) of the company, through interviews and also direct observation with Kopi Q, and conducted library research to complete this paper. The results obtained from the analysis of internal and external factors are then continued using the SWOT matrix, Internal - External Matrix, and QSPM Matrix.

Based on the calculation and analysis of the SWOT matrix and the Internal - External matrix, it shows the position of Kopi Q in quadrant IV, which is the position of growth and development, which consists of market penetration strategies, market development strategies, and product development strategies. Then, in the QSPM matrix the appropriate strategy to be applied to Kopi Q to be able to continue to survive and compete in its market, namely strategy product development.

Keywords: Culinary, Competitive Strategy, SWOT Matrix, Internal - External Matrix, QSPM Matrix

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat serta kasih karunia – Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “ Analisis Strategi Bersaing pada Restoran Kopi Q Bandung” yang disusun untuk memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari doa, bimbingan, dukungan, bantuan, maupun dorongan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan yang baik ini, penulis ingin mencupkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang tua penulis yang tak henti memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan baik moral maupun materiil hingga selesainya penulisan penelitian ini.
2. Adik dan keluarga yang juga turut membantu serta memberikan doa dan dukungannya hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan penelitian ini.
3. Ibu Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil. selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan ilmu, arahan, pendampingan, bimbingan, serta waktunya selama pengerjaan skripsi ini.

4. Bapak Adi dari *Kopi Q* Bandung, yang boleh mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di *Kopi Q* Bandung, serta mau bertukar pikiran mengenai ide dan gagasan untuk penelitian ini.
5. Bapak James Rianto Situmorang Drs., M.M dan Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. atas kritik dan saran pada isi dari penelitian ini.
6. *Twenty-an* yang terdiri dari Albert S., Angelica Fiona, Brigitta N., Darren S. Felicia Ebelin, Henry, Jeremy Kristian, Jerry, Jesslyn K., Melvin J., Michael S., Nadya A., Ricky, Sesilia Kenny, Syerley, Valerio F., Verra T., Violentisca H., dan Vivian S. yang sudah menjadi teman bermain dan belajar hingga berjuang bersama dalam menghadapi perskripsian ini.
7. Kementrian Keuangan Lembaga Kepresidenan Mahasiswa 2018/2019 yang terdiri dari Bella, Diaz, Gisel, James, Marjes, Putri, Tasya, dan Tella yang menambah warna dinamika perkuliahan baik suka maupun duka.
8. Kabinet Lembaga Kepresidenan Mahasiswa 2018/2019 yang mau menerima kehadiran penulis, untuk belajar dan berkembang, serta menjadi panutan penulis dalam mengerjakan penelitian ini.
9. Pa Yatno, Mba Wina, Bu Lusi, Mba Olive, Mba Nia, Mas Edy, Mas Andy, Bang Jeffri, Pak Aris, Ka Fano, Gresel, serta rekan – rekan kerja di Biro Administrasi dan Akademik yang telah memberikan pengalaman kerja yang baik dan menjadi tempat bekerja yang menyenangkan serta dorongan dan dukungan serta tidak lupa selalu mengingatkan penulis untuk mengerjakan skripsi.

10. Mas Gugie, Mas Gun, Mba Mala, Pa Yanto, dan seluruh pegawai Biro Kemahasiswaan dan Alumni yang sudah mengizinkan penulis untuk banyak menghabiskan waktu di kantornya dan berbagi keluh kesah perkuliahan serta memberikan kepercayaan kepada penulis selama penulis memegang tanggung jawab.
11. Pak Tri, Mba Yuke, Pak Budi, Pak Ricky, Pak Deli, Karyawan BTI, serta seluruh karyawan UNPAR yang tidak dapat disebutkan satu – persatu yang sudah membantu penulis dalam menjalankan kegiatan di kampus tercinta.
12. Teman – teman panitia Invitasi 2019 yang sudah memberikan kepercayaan, waktu, dan tenaganya untuk membantu penulis menjalankan kegiatan tersebut.
13. Paduan Suara Mahasiswa UNPAR, khususnya teman – teman konser amal natal “*Appassionatale*” yang sudah memberikan kesempatan penulis untuk ikut serta.
14. *WOW Event Planner*, Bang Tuter dan Ci Vio yang sudah memberikan kesempatan penulis untuk bekerja di sela – sela kesibukan pengerjaan skripsi.
15. Devia, Miranda, Rakha, Alvin, yang sudah mau menjadi pendengar yang baik bagi penulis.
16. Abrian Jame Musalim yang selalu mengingatkan untuk mengerjakan skripsi dan menemani penulis dalam pengerjaannya, serta sabar dan terus memberikan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan penelitian ini.

17. Kak Fano dan Kak Felis yang sudah membantu dan memberi panduan dalam pengerjaan skripsi ini.
18. Seluruh dosen yang telah membagikan ilmunya kepada penulis dan teman – teman yang lain selama perkuliahan.
19. Teman – teman Ilmu Administrasi Bisnis dan UNPAR yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih sudah mengenal, belajar, bertumbuh dan berkembang bersama, serta setiap cerita yang dapat dibagikan.

Penulis juga menyadari, bahwa dalam penulisan penelitian ini masih belum sempurna dan terdapat banyak kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan adanya kritik, saran serta masukan dari pembaca yang membangun demi penyusunan dan penulisan penelitian yang lebih baik. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, juga khususnya bagi pihak – pihak yang terkait.

Bandung, 2019

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Pengertian Strategi	10
2.1.1 Strategi Bersaing	11
2.1.2 Strategi Generik Porter	11
2.1.3 Jenis Strategi	13
2.2 Manajemen Strategis	18
2.2.1 Manfaat Manajemen Strategis	18
2.2.2 Tahap – tahap Manajemen Strategis	19
2.3 Analisis Lingkungan	21
2.3.1 Lingkungan Internal Perusahaan	21
2.3.2 Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	29
2.4 Analisis PESTEL	33
2.5 Analisis SWOT	35
2.5.1 Elemen SWOT	35
2.5.2 Matriks SWOT	36
2.6 Matriks Evaluasi.....	37

2.6.1	Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE).....	37
2.6.2	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE).....	39
2.7	Matriks Internal – Eksternal	41
2.8	Matriks QSPM	42
2.9	Penelitian Terdahulu	44
BAB 3.....		45
METODOLOGI PENELITIAN.....		45
3.1	Metodologi Penelitian	45
3.2	Jenis Penelitian.....	46
3.2.1	Penelitian Deskriptif Analitis	46
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian.....	47
3.4	Sumber Data.....	47
3.5	Teknik Pengumpulan Data	48
3.6	Kerangka Berpikir	51
3.7	Teknis Analisis Data	52
3.7.1	Matriks IFE	52
3.7.2	Matriks EFE	54
3.7.3	CPM	56
3.7.4	Analisis dan Matriks SWOT.....	57
3.7.5	IE Matriks.....	58
3.7.6	QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	59
BAB IV		61
OBJEK PENELITIAN		61
4.1	Profil Perusahaan.....	61
4.2	Visi Misi.....	62
4.3	Sejarah Perusahaan.....	63
4.4	Struktur Organisasi dan JobDesc.....	64
4.4.1	Struktur Organisasi.....	64
4.4.2	Job Description.....	64
4.5	Produk.....	70
BAB 5.....		79
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		79
5.1	Strategi yang sekarang digunakan	79
5.2	Analisis Internal Perusahaan	83

5.2.1	Pemasaran	83
5.2.2	Keuangan.....	92
5.2.3	Operasional	93
5.2.4	5 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia	93
5.3	Analisis Eksternal Perusahaan.....	95
5.3.1	Porter's Five Forces.....	96
	Analisis PESTEL	104
5.4	Analisis Swot	111
5.5	MATRIKS IFE.....	118
5.6	MATRIKS EFE.....	119
5.7	MATRIKS SWOT.....	120
5.8	Matriks IE	127
5.9	Matriks QSPM	129
BAB VI		133
KESIMPULAN DAN SARAN.....		133
6.1	Kesimpulan	133
6.2	Saran	136
DAFTAR PUSTAKA		140
LAMPIRAN.....		143
DOKUMENTASI		146

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir	51
Gambar 3. 2 Matriks SWOT	57
Gambar 3. 3 Matriks IE.....	58
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	61
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi.....	64
Gambar 4. 3 Kumpulan Gambar Hidangan Pembuka.....	70
Gambar 4. 4 Kumpulan Gambar Minuman Chocolate	70
Gambar 4. 5 Kumpulan Gambar Minuman Coffee.....	71
Gambar 4. 6 Kumpulan Gambar Minuman Milk.....	72
Gambar 4. 7 Kumpulan Gambar Minuman Tea.....	73
Gambar 4. 8 Kumpulan Gambar Pencuci Mulut.....	74
Gambar 4. 9 Kumpulan Gambar Makanan Ringan.....	75
Gambar 4. 10 Kumpulan Gambar Main Course	78
Gambar 5. 1 Tampilan Kopi Q pada aplikasi Go - Food	89
Gambar 5. 2 Tampilan Kopi Q pada aplikasi Go - Food	89
Gambar 5. 4 Tampilan Kopi Q pada aplikasi Instagram.....	90
Gambar 5. 5 Tampilan Kopi Q pada aplikasi You Tube.....	90
Gambar 5. 6 Tampilan Kopi Q pada aplikasi Facebook	90
Gambar 5. 7 Pengguna Smartphone di Indonesia 2016-2019.....	107
Gambar 5. 8 Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia 2017-2023.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Banyaknya Rumah Makan/Restoran Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, 2016	2
Tabel 1. 2 Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung, 2016.....	4
Tabel 2. 1 Strategi Generik Porter.....	12
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3. 1 Matriks IFE	53
Tabel 3. 2 Matriks EFE	55
Tabel 3. 3 Matriks CPM.....	56
Tabel 3. 4 Matriks QSPM	60
Tabel 5. 1 Strategi Generik Porter.....	82
Tabel 5. 2 Tabel CPM	102
Tabel 5. 3 Matriks IFE	118
Tabel 5. 4 Matriks EFE	119
Tabel 5. 5 Matriks SWOT.....	120
Tabel 5. 6 Matriks IE	127
Tabel 5. 7 Matriks QSPM	129

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Porter's 5 Forces Model	30
--	----

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia, merupakan sektor penting bagi ekonomi Indonesia. Dilansir dari KOMPAS, Bank Indonesia (BI) juga menyatakan bahwa pariwisata merupakan sektor yang dinilai paling efektif untuk mendongkrak devisa negara. Sektor tersebut dapat dikatakan mendapat perhatian khusus sejak dilantiknya Presiden Joko Widodo – Jusuf Kalla. Dalam kurun waktu 4 tahun pemerintahannya, sektor pariwisata Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat (Faizal, 2018).

Arief Yahya, selaku Menteri Pariwisata mengatakan, bahwa media di Inggris, yaitu *The Telegraph*, mencatatkan Indonesia sebagai salah satu dari 20 negara yang pertumbuhan pariwisatanya tercepat. Oleh sebab itu, sektor pariwisata sendiri ditetapkan menjadi sektor prioritas pembangunan nasional, dan diharapkan dapat menjadi *leading sector* juga dapat menjadi penggerak bagi sektor industri lainnya (indonesia.go.id, 2019; Faizal, 2018)

Salah satu pendorong pada sektor pariwisata yaitu pengembangan pada sub sektor kuliner di Indonesia. Indonesia sendiri terkenal dengan kulinernya yang beragam. Menteri Pariwisata, Arief Yahya juga mengatakan bahwa kuliner Indonesia memiliki potensi yang kuat, tidak kalah dengan masakan China, Jepang, Korea Selatan, India, Thailand, Vietnam, atau bahkan Malaysia, sehingga kuliner khas dari Indonesia ini juga akhirnya mendunia, bahkan

digemari oleh pemimpin dunia seperti Presiden Barack Obama (travel.kompas.com, 2016). Dari total pendapatan pada sektor pariwisata dan juga ekonomi kreatif, sub sektor kuliner memberikan kontribusi sebesar 30%. Oleh sebab itu, industri kuliner memiliki potensi yang kuat untuk berkembang (www.bekraf.go.id, n.d.). Hal tersebut terbukti, bahwa pada tahun 2018, industri kuliner, atau juga dikatakan industri pada sektor makanan dan minuman, memberikan kontribusi tertinggi dengan pertumbuhan sebesar 12,7% (Trihendrawan, 2019).

Tabel 1. 1 Banyaknya Rumah Makan/Restoran Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, 2016

Kabupaten/Kota		Rumah Makan/Restoran	Restoran
Kabupaten			
1.	Bogor	162	71
2.	Sukabumi	63	9
3.	Cianjur	193	25
4.	Bandung	467	40
5.	Garut	206	8
6.	Tasikmalaya	25	-
7.	Ciamis	112	6
8.	Kuningan	60	4
9.	Cirebon	21	2
10.	Majalengka	67	-
11.	Sumedang	111	5
12.	Indramayu	22	12
13.	Subang	159	-
14.	Purwakarta	71	31

15.	Karawang	124	90
16.	Bekasi	28	62
17.	Bandung Barat	128	7
18.	Pangandaran	78	46
Kota			
1.	Bogor	109	72
2.	Sukabumi	65	9
3.	Bandung	372	370
4.	Cirebon	143	-
5.	Bekasi	143	92
6.	Depok	275	76
7.	Cimahi	80	15
8.	Tasikmalaya	117	15
9.	Banjar	49	3
Jawa Barat		3.450	1.070

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Barat

Jawa Barat menjadi salah satu provinsi yang memiliki wisata kuliner yang beragam. Berdasar data statistik diatas, pada tahun 2016, Jawa Barat memiliki 1.070 restoran, serta setidaknya 3.450 rumah makan / restoran. Maka, dapat dikatakan bahwa wisata kuliner merupakan bisnis yang menguntungkan, dilihat dari banyaknya pelaku usaha pada sektor tersebut. Kota Bandung, salah satu kota di Jawa Barat juga terkenal sebagai salah satu destinasi kuliner karena memiliki wisata kuliner yang beragam. Banyak bermunculan resto maupun kafe, atau usaha rumah makan mulai dari skala kecil, hingga skala besar. Usaha pada sektor kuliner ini menjadi sangat strategis dijalankan, melihat kebutuhan pokok manusia yaitu untuk

makan. Hingga tahun 2016, menurut data yang didapat dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, terdapat setidaknya 396 restoran, 372 rumah makan, 14 kafe, dan 13 bar yang terdata di Kota Bandung.

Tabel 1. 2 Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung, 2016

Kategori	Jumlah
Restoran	396
Rumah Makan	372
Cafe	14
Bar	13

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Salah satu resto yang ada di Bandung, yaitu *Kopi Q*. *Kopi Q* merupakan resto atau dapat dikatakan juga sebagai kafe yang terletak di perumahan Mekar Wangi Bandung. *Kopi Q* memberikan berbagai pilihan menu mulai dari makanan dan atau minuman khas Indonesia hingga makanan dan atau minuman dari luar Indonesia. Salah satu produk andalannya yaitu pada produk dengan bahan dasar kopi. Kurang lebih, terdapat 14 jenis minuman dengan bahan dasar kopi yang ditawarkan oleh *Kopi Q*. Faktor yang menjadi keunggulan dari produk kopi *Kopi Q*, yaitu karena mereka memproduksi sendiri mulai dari biji kopi, hingga menjadi minuman yang disajikan pada konsumen. Kopi ini juga ingin diunggulkan melalui *brand Indische Archipel*, yang merupakan kopi khas dari Indonesia yang diambil langsung dari petani – petani Indonesia.

Di tahun 2012, banyaknya perkantoran di kawasan Jalan Soekarno Hatta Bandung, melatar belakangi berdirinya *Kopi Q*. *Kopi Q* menyadari dan mencoba memenuhi kebutuhan daripada karyawan kantor sekitar, yang pada saat itu, mengalami kesulitan untuk mencari makan. *Kopi Q* juga mencoba untuk menjadi tempat yang berguna untuk meningkatkan produktivitas daripada karyawan yang sudah merasa jenuh berada di tempat kerja dengan memberikan suasana yang nyaman. Untuk menunjang hal tersebut, *Kopi Q* juga menyediakan fasilitas yang memadai seperti fasilitas *Wi-Fi*, stopkontak, hingga tersedianya ruangan yang diperuntukan sebagai ruang pertemuan atau ruang *meeting*.

Seiring berjalannya waktu, semakin banyak kafe dan atau resto yang berdiri di Bandung, khususnya di perumahan Mekar Wangi itu sendiri. Menurut pemilik, selain menjadi ancaman karena hadirnya pesaing, hal ini menjadi suatu peluang yang baik bagi bisnis mereka, karena hal tersebut menjadikan kawasan perumahan Mekar Wangi seperti *food street*, sehingga walau letaknya bukan berada di pusat kota, tetapi masyarakat memiliki tujuan untuk berkunjung dan memiliki banyak pilihan destinasi wisata kuliner. Akan tetapi, hal tersebut juga harus diiringi oleh kemampuan bersaing dari *Kopi Q* itu sendiri, agar dapat unggul dibanding pesaing – pesaingnya. Langkah yang dilakukan *Kopi Q* yaitu dengan melakukan penawaran langsung kepada perusahaan, perkantoran, atau bahkan organisasi untuk mengadakan kegiatannya di *Kopi Q*. Mereka juga melihat peluang yang ada, salah satunya yaitu letaknya yang dekat dengan sekolah dan juga gereja, menggerakkan *Kopi Q* untuk melakukan kerja sama dengan guru – guru, sehingga *Kopi Q* memiliki kelas gambar untuk anak – anak pada hari Sabtu, dan kelas sekolah minggu, pada

hari Minggu. Melebarkan pangsa pasarnya, *Kopi Q* juga melakukan penyesuaian pada menu mereka, seperti menambahkan menu untuk anak – anak.

Keberhasilan yang diraih *Kopi Q* saat ini, tidak terlepas dari permasalahan yang mereka hadapi. Keuntungan yang dimiliki *Kopi Q* salah satunya karena letaknya yang dekat dengan gerbang tol Moh. Toha, sehingga banyak juga didatangi oleh karyawan – karyawan atau masyarakat dari luar kota sekedar untuk istirahat makan siang dan menikmati udara Kota Bandung. Namun, karena adanya pembangunan jalan tol pada masa itu, menyebabkan pasar ini hilang, faktor utamanya karena jalan yang dilalui jadi macet.

Melihat hal tersebut, dengan perubahan yang terjadi dan terkadang tidak dapat diprediksi, mengharuskan pelaku usaha mampu mempertahankan usahanya dalam menghadapi perubahan baik itu situasi, keadaan, maupun persaingan yang ada. Dengan meningkatnya jumlah kafe maupun resto pada industri kuliner ini, maka persaingan yang ada pun menjadi ketat. Oleh sebab itu perusahaan harus mengupayakan strategi terbaik untuk bertahan dan menghadapi persaingan tersebut.

Menurut Porter (1985) Strategi bersaing yaitu tindakan yang dilakukan untuk mencari posisi yang paling menguntungkan dalam menghadapi persaingan di suatu industri tertentu. Oleh karena itu, penulis mencoba melihat dan menganalisis strategi bersaing yang diterapkan oleh *Kopi Q* dalam menghadapi persaingan yang ada.

Berdasarkan uraian fenomena yang sudah dipaparkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi bersaing yang tepat diterapkan pada *Kopi Q* agar dapat terus bertahan dan berkembang dalam menghadapi pesaing yang ada dengan mengambil judul “Analisa Strategi Bersaing Kopi Q Bandung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, adapun fenomena yang terjadi saat ini, berikut penulis menemukan adanya pokok persoalan dari fenomena tersebut, yang dirumuskan sebagai berikut :

1. Strategi bersaing apa yang telah diterapkan oleh *Kopi Q* saat ini dalam menjalankan usahanya?
2. Bagaimana analisis faktor internal maupun eksternal pada *Kopi Q* dalam menjalankan usahanya?
3. Strategi bersaing seperti apa yang dapat dijadikan saran kepada *Kopi Q* untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya?

1.3 Tujuan Penelitian

Melihat pokok permasalahan yang telah dipaparkan, tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui, mengkaji serta membahas strategi bersaing yang telah diterapkan *Kopi Q* saat ini dalam menjalankan usahanya agar usahanya dapat bertahan dan berkembang.

2. Mengetahui dan membahas faktor internal maupun eksternal pada *Kopi Q* dalam menjalankan usahanya.
3. Mengetahui dan memberikan saran maupun masukan kepada *Kopi Q* mengenai strategi bersaing seperti apa yang sebaiknya diterapkan untuk tetap dapat bertahan dan berkembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis yang pertama yaitu sebagai salah satu syarat kelulusan studi dalam meraih gelar sarjana di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Penelitian ini menjadi bentuk pengaplikasian ilmu yang sudah di dapat sebelumnya selama penulis menjalankan studi di Universitas Katolik Parahyangan. Penelitian ini juga bermanfaat guna menambah wawasan dan pengalaman, serta mengasah kemampuan penulis melakukan analisis terhadap strategi dari suatu perusahaan dalam kondisi dan keadaan yang sebenarnya dihadapi oleh perusahaan. Melalui penelitian ini juga penulis mendapat pandangan – pandangan baru dari perusahaan yang diteliti dalam menghadapi persaingan bisnis di masa kini.

2. Bagi Program Studi, Fakultas, dan Universitas

Diharapkan, dengan adanya penelitian ini, terjalin hubungan baik antara pihak Universitas, Fakultas, ataupun Program Studi, dengan pemilik bisnis *Kopi Q*. Semoga penelitian ini juga bermanfaat bagi mahasiswa lain sebagai referensi dan juga sebagai arsip di Universitas Katolik Parahyangan.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam bertahan, bersaing, dan mengembangkan usaha serta eksistensinya baik di masa ini dan masa mendatang. Adapun penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan guna meningkatkan kualitas baik dari produk dan kinerja perusahaan. Semoga penelitian ini juga mampu menjadi bahan pertimbangan perusahaan guna menciptakan ide – ide baru dalam menghadapi persaingan dan bagi kelangsungan usahanya.

4. Bagi Pembaca dan atau Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembaca sebagai sumber informasi atau referensi dan bermanfaat serta dapat digunakan untuk menambah wawasan bagi pihak – pihak yang membaca juga membutuhkan. Penelitian ini juga dapat digunakan untuk dilakukan penelitian lanjutan atau penelitian berikutnya.