



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

*Terakreditasi A*

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

**Analisis Strategi Bersaing Kopi Alit di Kota Bandung**

Skripsi

Oleh  
Christella Melita  
2015320052

Bandung  
2019



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

*Terakreditasi A*  
*SK BAN-PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Strategi Bersaing Kopi Alit di Kota Bandung**

Skripsi

Oleh  
Christella Melita  
2015320052

Pembimbing  
Sanerya Hendrawan, Drs.,MA., Ph.D.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis




**Tanda Pengesahan Skripsi**

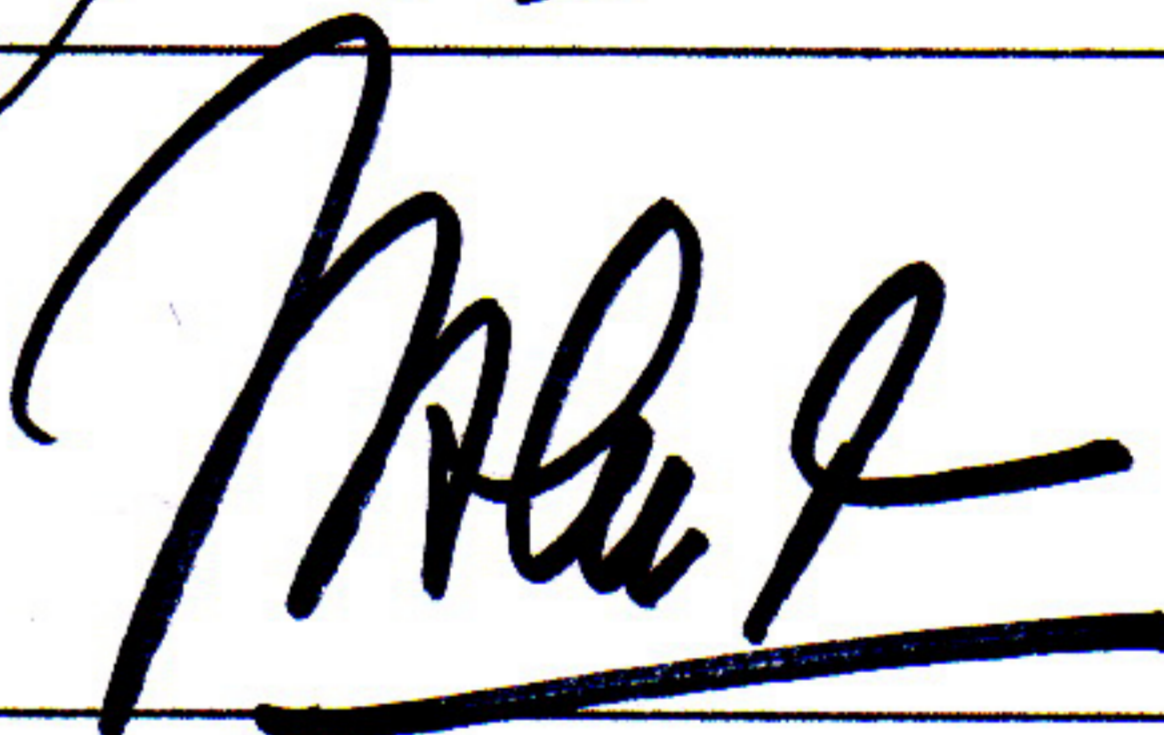
Nama : Christella Melita  
Nomor Pokok : 2015320052  
Judul : Analisis Strategi Bersaing Kopi Alit di Kota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 6 Januari 2020  
Dan dinyatakan **LULUS**

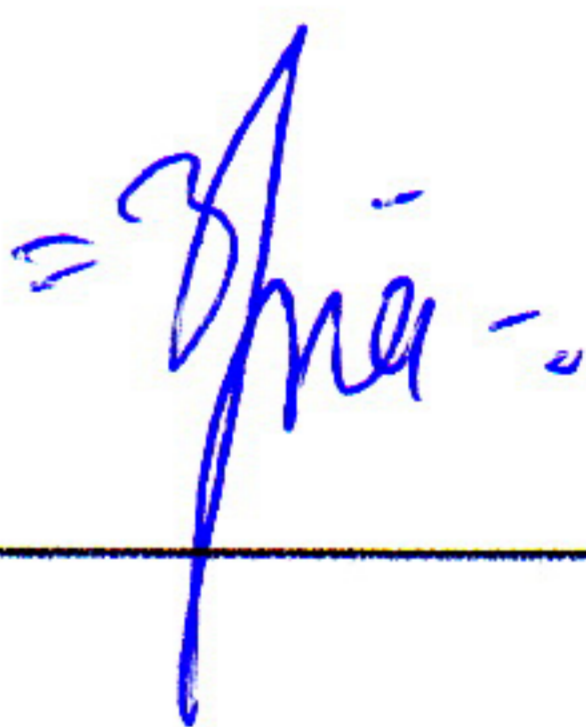
**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: 

**Sekretaris**  
Sanerya Hendrawan, Ph.D

: 

**Anggota**  
Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## **Pernyataan**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Christella Melita

NPM : 2015320052

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bersaing Kopi Alit di Kota 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, 17 Desember 2019

Christella Melita

## ABSTRAK

Nama : Christella Melita  
NPM : 2015320052  
Judul : Analisis Strategi Bersaing Kopi Alit di Kota Bandung

---

Analisis strategi bersaing pada Kopi Alit memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa ketat persaingan industri kedai kopi di Kota Bandung serta mengetahui strategi apa yang sebaiknya digunakan Kopi Alit untuk dapat mempertahankan eksistensinya dan bersaing dengan kompetitor yang ada di industri tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan jenis deskriptif analitis yang diperoleh dari buku, jurnal, observasi dan wawancara tidak terstruktur dengan pemilik Kopi Alit agar mendapatkan informasi dan data terkini serta data-data dari perusahaan sebagai data sekunder. Teknik analisis yang digunakan pada tulisan ini adalah analisis PESTEL, analisis *Porter's Five Forces*, serta faktor internal lalu diolah dengan matriks EFE – IFE dan matriks IE.

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan peneliti, Kopi Alit memiliki persaingan yang cukup kuat di industri kedai kopi dilihat dari segi harga, kualitas, dan konsep yang digunakan. Dilihat dari matriks IE posisi Kopi Alit berada di kuadran 5, hasil tersebut dilihat dari perhitungan matriks EFE sebesar 2,85 dan perhitungan matriks IFE sebesar 2,95. Dengan demikian strategi yang direkomendasikan penulis untuk Kopi Alit berdasarkan teori adalah strategi intensif (penetrasi pasar dan pengembangan produk), dimana perusahaan memerlukan upaya yang intensif untuk meningkatkan posisi kompetitifnya.

Kata Kunci: Industri, Strategi Bersaing, Kedai Kopi, Analisis Internal, Analisis Eksternal

## ***ABSTRACT***

Nama : Christella Melita  
NPM : 2015320052  
Judul : *Kopi Alit's Competitive Strategy Analysis In Bandung*

---

*The objective of Kopi Alit's competitive strategy analysis is to learn how tense competition between coffee shops in Bandung Area, as well as to acknowledge which strategy will be the most suitable for "Kopi Alit" to use in order to maintain their existence along with competing with other rival that exist in the industry.*

*This research is conducted by using descriptive analyze case study method which are collected from books, journals, and observation as well as unstructured interview with the owner of Kopi Alit to gather information and actual data, including company's files as secondary data. As for techniques analysis used for this paper, there are PESTEL analysis, Porter's Five Forces, and also internal factor which then processed by EFE-IFE matrix and IE matrix.*

*Based on the processed data completed by the researcher, Kopi Alit have really strong competitive advantage within the coffee shop industry considering price factor, quality, and concept used. Furthermore, in regards of IE matrix Kopi alit is positioned in quadrant 5, that result is concluded from EFE matrix calculation of 2.85 and IFE matric of 2.95. therefore based on the theory, the strategy that the writer suggest for "Kopi Alit" is intensive strategy (market penetration and product development), where company needs intensive effort to raise their competitive position.*

*Key words: Industry, competitive strategy, coffee shop, internal analysis, external analysis.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Semesta dan Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang selalau menyertai penulis sehingga dalam penulisan skripsi yang berjudul Rancangan Strategi Bersaing Kurokoffee di Kota Bandung dapat diselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, serta saran kepada penulis baik selama kuliah maupun pada saat penyusunan skripsi ini berlangsung sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik, terutama kepada:

1. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis selama penulisan skripsi ini.
2. Keluarga tercinta Papa, Mama, dan Cici yang selalu memberikan doa, semangat, harapan, serta motivasi kepada penulis.
3. Irene Yohana selaku pemilik Kopi Alit atas waktu dan kesempatan yang diberikan untuk menjadikan Kopi Alit sebagai objek penelitian penulis.
4. Teman dekat, Sebastian Yosi yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta menemani saat penulisan skripsi.
5. Sahabat tercinta, Franzeska Felita yang selalu mendengarkan dan memberikan saran terbaik serta memberikan dukungan dari awal perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi.

6. Teman seperjuangan selama membuat skripsi yaitu Moza Citra Trevadiana dan Aloysius Susanto.
7. Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis angkata 2015 terutama Bertilia Kanina, Modestya Audrey, Yen Manda yang telah menemani dan membimbing dari awal perkuliahan hingga akhir skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis selama ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan ilmu, sarana, dan kemampuan. Oleh kaena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca tulisan ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi semua khususnya pihak-pihak terkait.

Bandung, 17 Desember 2019

Christella Melita



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1 Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penulisan.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
2.1 Industri .....	8
2.1.1 Teori Lima Kekuatan Porter .....	8
2.2 Pengertian Strategi .....	10
2.2.1 Jenis Strategi .....	11
2.3 Pengertian Strategi Bersaing.....	13
2.3.1 Strategi Bersaing Generik .....	14
2.4 Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	15
2.4.1 PESTEL .....	15
2.5 Lingkungan Internal Perusahaan.....	16
2.5.1 Karyawan (SDM).....	16
2.5.2 Menejemen.....	16
2.5.3 Pemegang saham dan dewan direksi.....	17
2.5.4 Modal .....	18
2.6 Matriks EFE-IFE dan IE .....	18
2.6.1 Matriks EFE .....	18
2.6.2 Matriks IFE .....	19
2.6.3 Matriks IE .....	20

2.7 Penelitian Terdahulu .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.1.1 Penelitian Kualitatif .....	22
3.1.2 Tipe Deskriptif Analitis .....	23
3.2 Sumber Data.....	23
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.3.1 Observasi.....	24
3.3.2 Wawancara.....	24
3.4 Teknik Analisis Data.....	25
3.4.1 Analisis Lima Kekuatan Porter .....	26
3.4.2 Analisis PESTEL .....	26
3.4.3 Analisis matriks EFE-IFE dan IE.....	27
<b>BAB IV OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
4.1 Sejarah Perusahaan .....	28
4.2 Profil Perusahaan .....	30
4.3 Lokasi Perusahaan.....	30
4.4 Produk dan Harga pada Kurokoffee.....	30
4.4.1 Gambar Suasana Kopi Alit Cibadak .....	32
4.4.2 Gambar Suasana Kopi Alit Kopo.....	33
<b>BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
5.1 Analisis Lima Kekuatan Porter .....	36
5.2 Strategi Kopi Alit Saat Ini.....	42
5.3 Analisis Eksternal Kopi Alit .....	43
5.4 Analisis Strategi Internal Kopi Alit .....	47
5.4.1 Analisis Karyawan (SDM).....	47
5.4.2 Analisis Manajemen.....	48
5.4.3 Analisis Pemegang saham dan Dewan Direksi.....	50
5.4.4 Analisi Modal.....	50
5.4.5 Analisis Peluang Kopi Alit .....	50
5.4.6 Analisis Ancaman Kopi Alit.....	51

5.4.7 Analisis Kekuatan Kopi Alit .....	52
5.4.8 Analisis Kelemahan Kopi Alit .....	53
5.5 Matriks IFE, EFE, dan IE.....	54
5.5.1 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal.....	54
5.5.2 Matriks Evaluasi Faktor Internal.....	55
5.5.3 Matriks Internal Eksternal (IE) .....	55
5.5.4 Strategi yang Digunakan.....	56
5.5.4.1 Strategi Penetrasi Pasar.....	56
5.5.4.2 Strategi Pengembangan Produk.....	58
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>60</b>
6.1 Kesimpulan .....	60
6.2 Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Coffee Shop di Bandung, 2017 .....	2
Tabel 1. 2 Coffe Shop Di Sekitar Cibadak.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 4. 1 Daftar Menu dan Harga pada Kopi.....	30

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Suasana Kopi Alit Cibadak .....	33
Gambar 4. 2 Suasana Kopi Alit Kopo.....	34
Gambar 5. 1 Analisis Lima Kekuatan Porter .....	36
Gambar 5. 2 Analisis PESTEL .....	43

## **BAB 1**

### **Pendahuluan**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kopi merupakan salah satu komoditas dagang yang dapat diandalkan. Kopi jenis Arabika merupakan kopi pertama yang masuk ke Indonesia pada tahun 1696. Lalu biji kopi tersebut ditanam dan dikembangkan di wilayah Jakarta Timur yang dikenal sebagai Pondok Kopi. Yang kemudian menyebar di sekitar Jakarta dan Jawa Barat lalu meluas ke daerah kepulauan seperti Sumatra, Bali, Sulawesi, dan Timor. Setelah itu Indonesia melakukan ekspor pertamakali pada tahun 1711 yang dilakukan oleh VOC, dan berkembang mencapai 60 ton / tahun dalam waktu 10 tahun. Produksi kopi Arabika meningkat sangat pesat dimulai pada tahun 1830 produksi kopi Arabika mencapai 26.600 ton, dan memuncak pada tahun 1884 produksinya mencapai 94.400 ton. Setelah kopi Arabika sukses di Indonesia, pemerintah Belanda mencoba untuk mengirimkan kopi jenis Liberika pada tahun 1875. Tetapi kopi jenis ini tidak bisa berkembang karena mudah terserang penyakit karat daun. setelah kopi Liberika tidak berhasil, pemerintah Belanda mendatangkan kopi jenis lain yaitu, kopi jenis Robusta. Kopi Robusta dapat berkembang dan tumbuh di Indonesia, karena kopi jenis ini tahan terhadap penyakit karat daun, tidak hanya itu, produksi kopi Robusta dapat mengalahkan produksi kopi Arabika. Setelah pemerintahan Belanda meninggalkan Indonesia perkebunan ini tetap berjalan dan berkembang hingga saat ini (AEKI-AICE, 2017).

Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) mencatat bahwa konsumsi kopi orang Indonesia terus naik sejak empat tahun silam. Berdasarkan data ICO, selama periode 2010 hingga 2016, secara rata-rata pertumbuhan konsumsi kopi masyarakat Indonesia terus meningkat 1% per tahunnya (Muhammad, 2014). Pertumbuhan *coffee shop* di Indonesia mencapai 100%. Selain itu, menurut berita dari Liputan 6 yang mengatakan bahwa pada tahun 2013, jumlah *coffee shop* yang terdaftar di AKSI mencapai 100 perusahaan, dan pada tahun 2014 jumlahnya meningkat pesat sebanyak dua kali lipat sehingga mencapai 200-an, dan hal ini pun diperkirakan akan terus berlipat karena masih ada banyak *coffee shop* yang belum terdaftar (Fajrih, 2014). Pengertian *coffee shop* atau warung kopi adalah sebuah tempat yang menjual kopi dan jenis minuman lain serta makanan-makanan kecil dengan harga yang murah (Anik, 2009). Di Kota Bandung terdapat banyak *coffee shop*, diantaranya ditunjukkan pada table 1.1 sebagai berikut (pergidulu. 2018. <https://www.pergidulu.com/coffee-shop-baru-bandung-2017/>, 12 Januari 2018):

Tabel 1. 1 Data Coffee Shop di Bandung, 2017

No	Nama Coffee Shop	Lokasi
1	Mimiti	Jalan Sumur Bandung 14
2	Call Me Bro	Jalan Lengkong Besar 6-8
3	Kiputih Satu	Jalan Kiputih 1a, Cimbuluit
4	Armor Leuit	Jalan Bukit Pakar Utara 10
5	Daily Breu	Jalan Rontgen 9
6	Eiger Cffee	Jalan Cihampelas 22
7	Grind Joe	Jalan Dagi 69
8	Budaraa	Jalan Bukit Dago Utara II No 11
9	Roempi	Jalan Anggrek No 27
10	Kopi Barli	Jalan Professor Doctor Sutami No 91
11	Cupola	Jalan Cendana No 3

12	Ambrogio Pattiseries	Jalan Banda 26
13	Next 8 Coffee and Food	Jalan Cendana No 8
14	Boyle's Coffee	Komplek Surya Setra Block C No 2
15	Lula Bakery and Coffee	Jalan Citarum No 12
16	Woodlane	Jalan Anggrek 36
17	Pillow Talk Coffe And Comfy	Jalan Haji Hasan 12
18	Yumaju Coffee	Jalan Maulana Yusuf 10
19	Abraham And Smith	Jalan Gudang Selatan 22
20	Barleu Coffeeshop	Jalan Anggrek 55
21	Ruckerpark Coffee Culture	Jalan Dr. Cipto 24
22	Aditi Coffee House and Space	Jalan K.H. Ahmad Dahlan No 5
23	Kamar Tujuh Coffee	Jalan Cilamaya No 1
24	Sejiwa Coffee	Jalan Progo No 15
25	Contrast Coffee	Jalan Anggrek 46
26	General.Co	Paskal Hypersquare

Tabel 1. 2 Coffe Shop Di Sekitar Cibadak

No	Nama Coffee Shop
1	Lucky Rabbits Café
2	Kopi Koe
3	Hangar Coffee
4	Street Coffee
5	Waroeng Ngopi
6	Tropicana Coffee and Kitchen
7	Karna Kopi
8	Kopi Kong Djie Bandung



No	Nama Coffee Shop
9	Kopi Lain Hati
10	Pork Rock Resto and Café

Meningkatnya jumlah *coffee shop* di Indonesia disebabkan oleh gaya hidup masyarakat. Tingkat produktivitas anak milenial menjadikan *coffee shop* sebagai tempat mereka melaksanakan kegiatan mereka seperti membuat tugas, mengerjakan kerjaan, bahkan mengadakan *meeting* atau hanya untuk berkumpul untuk berbincang.

Para pebisnis menilai hal tersebut sebagai peluang untuk memperluas bisnis mereka terutama di kota Bandung, karena kota Bandung merupakan salah satu tempat wisata yang banyak dikunjungi. Salah satu hal untuk bertahan sebagai pebisnis adalah dengan selalu menyesuaikan bisnis dengan keinginan pasar (Mawardi, 2009), maka dari itu terlihat jelas bahwa di Bandung banyak sekali pebisnis yang berlomba – lomba untuk membuka *coffee shop* dengan berbagai konsep dan juga fasilitas sebaik mungkin agar konsumen merasa nyaman dan ingin kembali lagi.

Dalam menjalankan bisnis kita harus memperhatikan 5 kekuatan industri yang akan kita jalankan, agar kita dapat menentukan intensitas persaingan di industri yang akan kita jalankan : masuknya pendatang baru, daya tawar-menawar pemasok, daya beli pembeli, ancaman produk substitusi, dan persaingan antara para peserta pesaing yang ada (Porter, 2001).

Dengan adanya persaingan, dapat membantu perusahaan untuk berkembang dan menentukan strategi bersaing yang terbaik bagi perusahaannya. Strategi bersaing sangat menentukan jalannya sebuah perusahaan, mencapai apa yang menjadi tujuan utama perusahaan, dan bagaimana kita dapat mempertahankan perusahaan kita dan dapat menyaingi perusahaan lain dalam industri yang sama.

Kopi Alit merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang jasa minuman, yang berbentuk *coffee shop* dan didirikan di Kota Bandung pada tahun 2019. Kopi Alit merupakan pendatang baru dalam industri *coffee shop* di Kota Bandung. Kopi Alit belum memiliki strategi khusus untuk bersaing dengan *coffee shop* lainnya, tetapi Kopi Alit memberikan asumsi pada konsumen bahwa kopi dengan harga terjangkau tetapi tidak mengurangi kualitas rasa.

Tujuan Kopi Alit adalah menyediakan kopi dengan kualitas yang baik, mulai dari biji hingga cita rasa dari kopi itu sendiri dengan harga yang terjangkau. Kopi Alit buka mulai dari jam 7 pagi dengan tujuan untuk menarik konsumen yang sedang mengantar anaknya sekolah, atau yang sedang ingin berangkat kerja. Kopi Alit menggunakan strategi bersaing agar dapat bertahan di dunia persaingan *coffee shop*.

Berdasarkan fenomena di atas, penelitian penulis adalah mengenai strategi yang sesuai untuk digunakan oleh Kopi Alit agar dapat bertahan di industri yang sedang menjamur dan dapat terus berkembang dengan judul: “Analisis Strategi Bersaing Kopi Alit di Kota Bandung”.

## 1.2 Rumusan Masalah

*Coffee shop* telah menjamur di Kota Bandung, sehingga banyak sekali pesaing yang harus dihadapi. Dengan demikian, Kopi Alit harus memiliki strategi bersaing yang tepat untuk dapat mempertahankan *coffee shop*nya. Berdasarkan persoalan tersebut, maka rumusan masalah dapat dituangkan dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Seberapa ketat persaingan *coffee shop* di Kota Bandung?
2. Apa strategi yang tepat untuk mempertahankan dan mengembangkan Kopi Alit?

## 1.3 Tujuan Penulisan

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Mengetahui dan membahas intensitas bersaing dalam dunia *coffee shop* di Kota Bandung
2. Mengkaji dan membahas strategi bersaing apa yang telah diterapkan dan direalisasikan oleh Kopi Alit untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi perusahaan  
Sebagai alat untuk mengevaluasi strategi yang mereka gunakan dan sebagai pedoman untuk dapat mengembangkan usahanya.

## 2. Bagi penulis

Untuk dapat mengetahui strategi yang digunakan di dunia bisnis dan mendapat pengetahuan baru, diluar teori yang diberikan oleh Universitas Khatolik Parahyangan.