



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 Kedai Kopi ROA
(Analysis of Competitive Strategy in ROA Coffee Shop)

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh :

Muhammad Reza

2014320021

Pembimbing :

Sanerya Hendrawan, Ph. D

Bandung

2020



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 Kedai Kopi ROA
(Analysis of Competitive Strategy in ROA Coffee Shop)

Skripsi

Oleh :

Muhammad Reza

2014320021

Pembimbing :

Sanerya Hendrawan, Ph. D

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi


Nama : Muhammad Reza
Nomor Pokok : 2014320021
Judul : Analisis Strategi Bersaing Pada Kedai Kopi ROA

Menyetujui untuk diajukan pada
Ujian Sidang jenjang Sarjana
Bandung.

Pembimbing,
 17/5/20

Sanerya Hendrawan, Ph. D

Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis


214396871

Yoke Priyadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Muhammad Reza
Nomor Pokok : 2014320021
Judul : Analisis Strategi Bersaing pada Kedai Kopi ROA

Telah dituji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 29 Juli 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Yoke Pribadi K., S.AB., M.Si


: 1 Agustus 2020


Sekretaris

Dr. Sanjaya Hendrawan



Anggota

Marihot T. Effendi, Drs. M.Si



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini, saya :

Nama : Muhammad Reza

NPM : 2014320021

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul : Analisis Strategi Bersaing Pada Kedai Kopi ROA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Bandung, 20 Juli 2020

Yang menyatakan,

A yellow rectangular stamp with the text "PETERAI TEMPER" at the top, "MAGANG-PRATIKA" in the middle, and "6000" at the bottom. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Muhammad Reza

NPM. 2014320021

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahirabbilalamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah kepada hambanya, khususnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa dicurahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya sampai akhir zaman. Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen Pelumas Kendaraan Merek Fastron Pertamina” sebagai syarat kelulusan menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat berjalan dengan lancar. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Mangadar Situmorang, Ph.D., selaku rektor Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
3. Ibu Dr. Maria Widyarini, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
4. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
5. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D., selaku pembimbing akademik dan pembimbing skripsi yang selalu memberikan motivasi dan arahan selama perkuliahan serta memberi petunjuk selama penyusunan skripsi.
6. Kedua orang tua dan seluruh anggota keluarga yang telah memberi doa, restu, motivasi, dan semangat, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.
7. Dan semua pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah ikut membantu selama penelitian dan penyusunan skripsi ini. Semoga

Allah SWT dapat membalas semua amal baik dan mulia Bapak/Ibu/Saudara.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran sangat penulis harapkan demi perbaikan atau penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis harap semoga dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Bandung, 19 Juli 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rif' or similar, with a long horizontal stroke underneath.

Penulis

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Muhammad Reza
NPM : 2014320021
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Parahyangan

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada pihak **Akademi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul : "**Analisis Strategi Bersaing Pada Kedai Kopi ROA**", beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak **Akademi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Akademi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Bandung, 20 Juli 2020

The image shows an official stamp of Universitas Katolik Parahyangan. The stamp is rectangular with a yellow background and contains the text 'UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN' at the top, 'KEDAI KOPIS' in the middle, and '6000' at the bottom. To the right of the stamp is a handwritten signature in black ink.

Muhammad Reza

ABSTRAK

Nama : Muhammad Reza

NPM : 2014320021

Judul : Analisis Strategi Bersaing pada Kedai Kopi ROA

Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia, yang meliputi kebutuhan akan makanan dan minuman, sehingga peluang bisnis ini sangat menjanjikan untuk pelaku usaha di bidang *food service* khususnya kopi. Kopi ROA merupakan kedai kopi yang menyediakan berbagai macam minuman olahan kopi secara manual. Kedai ini berada di lokasi yang strategis dan memiliki peluang yang cukup bagus untuk mengembangkan usahanya, seiring dengan semakin berkembangnya kedai – kedai yang menawarkan produk sejenis yang ditawarkan di kedai kopi lainnya. Tingginya persaingan dalam usaha kedai di Kota Bandung menjadi permasalahan bagi pendapatan yang diterima yang akan mengalami fluktuasi setiap bulannya, sehingga dalam menghadapi persaingan bisnis Kedai Kopi ROA harus mampu mengantisipasi berbagai ancaman dari para pesaing, berusaha memperbaiki kelemahan dan memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi Kopi ROA, lalu menganalisis alternatif strategi apa yang sesuai dan merekomendasikan prioritas strategi dengan kondisi Kopi ROA. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan tahapan formulasi-formulasi strategi, yaitu matriks IFE dan EFE, matriks IE dan matriks SWOT, dan QSPM.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal terdapat 10 kekuatan dan 5 kelemahan, dan faktor eksternal terdapat 9 peluang dan 6 ancaman. Berdasarkan matriks IFE dan EFE menghasilkan total skor sebesar 3.3 dan 2.95. Hasil matriks IE yaitu Kopi ROA terdapat pada posisi tumbuh dan berkembang dengan strategi utama yaitu strategi intensif dan strategi integratif. Berdasarkan analisis matriks SWOT maka dihasilkan 8 strategi. Strategi prioritas berdasarkan hasil QSPM yaitu perluasan pasar ke wilayah yang baru untuk meningkatkan volume penjualan, menjaga hubungan baik dengan pemasok untuk meningkatkan loyalitas pemasok, meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, pengendalian yang mengacu pada kontrol biaya, meningkatkan intensitas promosi, meningkatkan keterampilan karyawan, melakukan evaluasi kinerja dan kemampuan kedai dalam menghadapi persaingan, membentuk bagian khusus untuk menangani pemasaran dan pencatatan keuangan kedai. Saran

dalam penelitian ini sebaiknya Kedai Kopi ROA meningkatkan kegiatan promosi karena kegiatan promosi ini dapat meningkatkan penjualan, dengan cara pemasangan iklan, spanduk, serta pembuatan aplikasi dalam memberikan informasi kepada konsumen.

Kata Kunci : strategi bersaing, analisis faktor internal, analisis faktor eksternal, matriks SWOT.

ABSTRACT

Name : Muhammad Reza

SIN : 2014320021

Title : Analysis of Competitive Strategy in ROA Coffee Shop

Food is one of the basic human needs, which includes the need for food and drinks, so business opportunities are very promising for businesses in the field of food service, especially coffee. ROA Coffee is a coffee shop that provides a variety of processed coffee drinks manually. This shop is located in a strategic location and has a pretty good opportunity to develop its business, along with the development of shops that offer similar products offered at other coffee shops. The high competition in the tavern business in the city of Bandung is a problem for the income received which will experience fluctuations every month, so that in facing the competition ROA Coffee Shop business must be able to anticipate various threats from competitors, try to improve weaknesses and take advantage of opportunities with existing strengths.

This study aims to identify internal factors that are strengths and weaknesses as well as external factors that are opportunities and threats for ROA Coffee, then analyze what alternative strategies are appropriate and recommend priority strategies with ROA Coffee conditions. This study uses descriptive analysis methods and stages of strategy formulations, namely IFE and EFE matrices, IE matrices and SWOT matrices, and QSPM.

The results of this study indicate that internal factors have 10 strengths and 5 weaknesses, and external factors have 9 opportunities and 6 threats. Based on the IFE and EFE matrices produce a total score of 3.3 and 2.95. The results of the IE matrix that is ROA Coffee is in a position to grow and develop with the main strategy that is intensive strategy and integrative strategy. Based on the SWOT matrix analysis, 8 strategies were produced. The priority strategy based on QSPM results is market expansion to new areas to increase sales volume, maintain good relations with suppliers to increase supplier loyalty, improve service quality to consumers, control that refers to cost control, increase promotional intensity, improve employee skills, conduct evaluations the performance and the ability of the shop to face competition, form a special section to handle the marketing and financial records of the shop. Suggestions in this research ROA Coffee Shop should increase promotional activities because these promotional activities can increase sales, by placing advertisements, banners, and making applications in providing information to consumers.

Keyword : competitive strategy, internal factor analysis, external factor analysis, SWOT matrix.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| TANDA PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | vii |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | x |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| | |
| BAB 1 PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian..... | 8 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN | |
| 2.1 Model Manajemen Strategi..... | 9 |
| 2.2 Strategi Bersaing..... | 12 |
| 2.3 Model Manajemen Strategi..... | 13 |
| 2.3.1 Visi, Misi, dan Tujuan..... | 16 |
| 2.3.2 Analisis Lingkungan Eksternal..... | 18 |
| 2.3.3 Analisis Lingkungan Internal..... | 24 |
| 2.4 Alternatif Strategi Utama..... | 26 |
| 2.5 Matriks EFE dan IFE..... | 28 |
| 2.6 Matriks IE..... | 29 |
| 2.7 Matriks SWOT..... | 29 |
| 2.8 Matriks QSPM..... | 30 |

| | |
|---|----|
| 2.9 Penelitian Terdahulu..... | 31 |
| 2.10 Kerangka Pemikiran..... | 33 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data..... | 35 |
| 3.2 Metode Pengumpulan Data..... | 36 |
| 3.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data..... | 38 |
| 3.4 Kredibilitas Penelitian..... | 48 |
| BAB IV OBJEK PENELITIAN | |
| 4.1 Logo Perusahaan..... | 50 |
| 4.2 Sejarah Perusahaan..... | 50 |
| 4.3 Visi dan Misi Perusahaan..... | 51 |
| 4.4 Kepemilikan Kedai Kopi ROA..... | 52 |
| 4.5 Produk yang Dijual..... | 53 |
| 4.6 Struktur Organisasi..... | 55 |
| 4.7 <i>Job Description</i> | 55 |
| BAB V PEMBAHASAN | |
| 5.1 Strategi yang dipakai Saat Ini..... | 57 |
| 5.2 Analisis Lingkungan Eksternal Kedai Kopi ROA..... | 59 |
| 5.2.1 Analisis PESTEL..... | 59 |
| 5.2.1.1 Politik..... | 59 |
| 5.2.1.2 Ekonomi..... | 59 |
| 5.2.1.3 Sosial..... | 60 |
| 5.2.1.4 Teknologi..... | 62 |
| 5.2.1.5 Lingkungan..... | 63 |
| 5.2.1.6 Hukum..... | 64 |
| 5.2.2 Analisis Lima Kekuatan Porter..... | 64 |
| 5.2.2.1 Persaingan diantara Perusahaan yang Bersaing..... | 64 |
| 5.2.2.2 Masuknya Pesaing Baru yang Potensial..... | 65 |
| 5.2.2.3 Potensi Pengembangan Produk Substitusi..... | 66 |
| 5.2.2.4 Kekuatan Posisi Tawar Pemasok..... | 66 |
| 5.2.2.5 Kekuatan Posisi Tawar Konsumen..... | 67 |
| 5.2.3 Hasil Analisa Lingkungan Eksternal..... | 68 |
| 5.3 Analisis Lingkungan Internal Kedai Kopi ROA..... | 69 |
| 5.3.1 Manajemen Sumber Daya Manusia..... | 70 |

| | |
|---|------------|
| 5.3.2 Manajemen Pemasaran..... | 71 |
| 5.3.3 Manajemen Keuangan..... | 78 |
| 5.3.4 Manajemen Operasi..... | 79 |
| 5.3.5 Hasil Analisi Lingkungan Internal..... | 81 |
| 5.4 Analisis Matriks SWOT Kedai Kopi ROA..... | 82 |
| 5.5 Analisis Matriks IFAS EFAS Kedai Kopi ROA..... | 87 |
| 5.5.1 Analisis Matriks Internal Eksternal Kedai Kopi ROA..... | 89 |
| 5.6 Analisis Matriks QSPM Kedai Kopi ROA..... | 94 |
| | |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 6.1 Kesimpulan..... | 102 |
| 6.2 Saran..... | 105 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 107 |
| LAMPIRAN..... | 112 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| BAB I PENDAHULUAN | |
| Tabel 1.1 Daftar Cabang Kedai Kopi ROA di Kota Bandung..... | 3 |
| Tabel 1.2 Daftar Kedai Kopi di Kota Bandung..... | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN | |
| Tabel 2.1 Daftar Tabulasi Penelitian Terdahulu..... | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| Tabel 3.1 Penilaian Bobot Faktor Strategi Eksternal dan Internal.... | 40 |
| Tabel 3.2 Matriks IFE..... | 42 |
| Tabel 3.3 Matriks EFE..... | 43 |
| Tabel 3.4 Matriks SWOT..... | 46 |
| Tabel 3.5 Matriks QSPM..... | 47 |
| BAB IV OBJEK PENELITIAN | |
| Tabel 4.1 Foto Produk..... | 53 |
| BAB V PEMBAHASAN | |
| Tabel 5.1 Analisis Kompetitor..... | 65 |
| Tabel 5.2 Matriks SWOT Kedai Kopi ROA..... | 82 |
| Tabel 5.3 Matriks Internal Kedai Kopi ROA..... | 87 |
| Tabel 5.4 Matriks Eksternal Kedai Kopi ROA..... | 88 |
| Tabel 5.5 Matriks IE Kedai Kopi ROA..... | 89 |
| Tabel 5.6 Matrks QSPM Kedai Kopi ROA..... | 98 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN | |
| Gambar 2.1 Model Proses Manajemen Strategi yang Komprehensif.... | 13 |
| Gambar 2.2 Kerangka Kerja Analisis Perumusan Strategi..... | 15 |
| Gambar 2.3 Model Lima Kekuatan Pesaing..... | 22 |
| Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran..... | 33 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| Gambar 3.1 Matriks Internal Eksternal (IE)..... | 44 |
| | |
| BAB IV OBJEK PENELITIAN | |
| Gambar 4.1 Logo Perusahaan Kedai Kopi ROA..... | 50 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi..... | 55 |
| | |
| BAB V PEMBAHASAN | |
| Gambar 5.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2010 – 2017.... | 60 |
| Gambar 5.2 Laju Pertumbuhan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga..... | 61 |
| Gambar 5.3 Tampilan Aplikasi Gojek..... | 63 |
| Gambar 5.4 Produk Kedai Kopi ROA..... | 74 |
| Gambar 5.5 Interior Kedai Kopi ROA..... | 75 |
| Gambar 5.6 Media Sosial Kedai Kopi ROA..... | 77 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara..... | 112 |
| Lampiran 2 Surat Izin Penelitian..... | 113 |
| Lampiran 3 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian..... | 114 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia, yang meliputi kebutuhan akan makanan dan minuman. Pemenuhan kebutuhan akan makanan maupun minuman bukan hanya untuk menjaga keberlangsungan hidup manusia saja, makanan dan minuman merupakan asupan yang penting untuk membangun manusia agar terciptanya fisik yang sehat. Oleh karena itu pemenuhan kebutuhan akan makanan sering kali menjadi salah satu indikator bagi kesejahteraan masyarakat.

Saat ini pertumbuhan jumlah penduduk dunia yang semakin meningkat setiap tahunnya sangat berpengaruh terhadap permintaan kebutuhan akan makanan dan minuman. Indonesia merupakan negara berpenduduk ke-4 terbesar didunia, pertumbuhan penduduk akan mempengaruhi kebutuhan akan makanan dan minuman yang terus meningkat, perkembangan sosial, dan perubahan pola hidup masyarakat yang semakin modern (Wikipedia.org, 2014).

Era yang serba modern ini di mana segala sesuatu serba praktis dan efisien, di mana perubahan pola hidup masyarakat akan berdampak pada pola konsumsi, khususnya masyarakat perkotaan yang sibuk dengan segala rutinitas di luar rumah. Keadaan inilah yang menyebabkan masyarakat lebih memilih untuk membeli makanan dan minuman di luar rumah dengan berbagai macam alternatif menu pilihan sebagai solusinya, lalu berpengaruh pada tingginya permintaan masyarakat akan jasa penyedia

makanan dan minuman terutama dalam bentuk makanan dan minuman siap saji, sehingga peluang bisnis sangat menjanjikan untuk pelaku usaha di bidang penyajian makanan dan minuman (food service) khususnya kedai kopi, rumah makan dan restoran.

Kota Bandung merupakan lokasi yang potensial bagi pemilik usaha food service modern maupun tradisional untuk mengembangkan usahanya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, jumlah usaha food service resmi yang tersebar di Kota Bandung yaitu sebanyak 794 pada Tahun 2018. Jika dilihat ke depannya semakin banyak usaha food service yang belum terdaftar, dapat dikatakan tingkat persaingan bisnis food service akan semakin kompetitif (Badan Pusat Statistik, 2018).

Para pelaku bisnis food service modern maupun tradisional, ditantang untuk menciptakan diferensiasi yang unik sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Food service modern khususnya kedai kopi, yang menyediakan menu hidangan menjadi sebuah konsep modern yang menawarkan berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan live music, wifi, serta sejenisnya merupakan daya tarik khusus bagi para konsumen.

Kopi termasuk jenis minuman yang dapat dihidangkan kapan pun. Kedai Kopi ROA menawarkan jenis minuman seperti espresso, cappuccino, latte, dan menu signature lainnya. Pengelola Kedai Kopi ROA juga mempertahankan keaslian cita rasa kopi dengan menggunakan barista professional. Beberapa pengelola perlu mempertimbangkan tabiat lidah konsumen, misalnya mengurangi tingkat kepahitan dan keasaman kopi.

Kedai Kopi ROA memiliki perkembangan yang pesat dengan terbukti memiliki cabang di Kota Cimahi, dengan keunggulannya yang membawa konsep Kedai Kopi manual pada perkembangan saat ini.

Tabel 1.1 Daftar Kedai Kopi ROA di Kota Bandung dan Cimahi.

| Tahun Berdiri | Nama | Alamat |
|----------------------|-------------|---|
| 2014 | Kopi ROA I | Jl. Encep Kartawiria No.69/218, Citeureup, Kec. Cimahi Utara, Kota Cimahi, Jawa Barat 40512 |
| 2015 | Kopi ROA II | Jl. Dangdeur Indah II No.15, Sukagalih, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40163 |

Sumber: Kedai Kopi ROA Bandung 2019.

Tabel 1 terlihat bahwa Kedai Kopi ROA berdiri sejak Tahun 2014, dalam penelitian ini yaitu Kedai Kopi ROA yang berlokasi di Jl. Encep Kartawiria No.69/218, Citeureup, Kec. Cimahi Utara, Kota Cimahi, Jawa Barat 40512 dan Jl. Dangdeur Indah II No.15, Sukagalih, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40163 perlu strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan dipasar. Pengelolaan dan manajemen kedai ini masih dilakukan langsung oleh pihak pemilik dan rekannya.

David (2012:5) berpendapat bahwa strategi merupakan sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai oleh perusahaan. Layaknya sebuah perusahaan, Kedai Kopi ROA harus mampu menganalisis lingkungan perusahaan secara internal maupun eksternal.

Kedai Kopi ROA harus mengidentifikasi mengenai kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dimiliki. Kekuatan tersebut diantaranya Kedai Kopi ROA menyajikan menu minuman yang bervariasi, menawarkan jasa antar (delivery service), lengkapnya sarana pendukung kedai (area parkir yang luas, toilet, tempat sholat), lokasi yang strategis, memiliki karyawan yang loyal, adanya keterjaminan modal, kecepatan dalam pelayanan, harga yang terjangkau, dan kualitas produk dan bahan baku yang terjaga karena sudah berdiri 2 tahun. Selain itu Kedai Kopi ROA memiliki kelemahan yaitu belum

adanya struktur organisasi sehingga manajemen dalam kedai belum diterapkan dengan baik, promosi yang dilakukan masih terbatas, serta belum melakukan pembukuan secara akuntansi, dan sistem informasi yang masih kurang.

Kedai Kopi ROA mempunyai peluang untuk mengembangkan usahanya dan memperluas pasar, seperti adanya loyalitas pembeli dan pemasok, serta gaya hidup masyarakat yang konsumtif, dukungan pemerintah terhadap infrastruktur, pertumbuhan penduduk, dan pertumbuhan ekonomi. Namun, Kedai Kopi ROA mempunyai ancaman yaitu kenaikan harga BBM dan laju inflasi yang meningkat akan mempengaruhi harga bahan pokok kopi yang menjadi bahan baku dalam kedai, serta ancaman pendatang baru yang ingin membuka usaha kedai sejenis, tingginya tingkat tawar-menawar konsumen dan tingginya tingkat persaingan kedai atau cafe yang tersebar di Kota Bandung.

Tabel 1.2 Beberapa Daftar Kedai Kopi di Kota Bandung

| No. | Nama | Alamat |
|-----|-----------------------------|--|
| 1. | Morning Glory | Jl. Terusan Sutami No.31, Kota Bandung Jl. Supratman No.98, Cihaur Geulis, Kota Bandung. Jl. Burangrang No.36, Burangrang, Kota Bandung. |
| 2. | Northwood Coffee and Eatery | Jl. Gegerkalong Hilir No.179, Sarijadi, Kota Bandung. Jl. Dr. Setiabudi No.56, Hegarmanah, Kota Bandung. |
| 3. | 372 Kopi | Jl. Dago No.372, Dago, Kota Bandung. Jl. Karang Sari No.21, Kota Bandung Jl. Kolonel masturi, Km.3 Cipageran, Kota Cimahi. |
| 4. | Helli Kopi | Jl. Gegerkalong Hilir No.181 A, Kota Bandung. |
| 5. | Warung Kopi Udinwati | Jl. Abdul Halim No.17, Cigugur Tengah, Kota |

| | | |
|----|-------------------|--|
| | | Cimahi. |
| 6. | Kilometer Tiga | Jl. Kolonel Masturi No.152, Kota Cimahi. |
| 7. | Coffee 'n Friends | Jalan Citeureup No.165 / 47, Citeureup, Kota Cimahi. |
| 8. | Nostimo Coffee | Setra Sari Mall, Jl. Terusan Sutami, Kota Bandung. |
| 9. | Boyle's Coffee | Komplek Surya Setra Blok C No. 2, Kota Bandung. |

Sumber: Hasil pengamatan, 2015.

Tabel 2 terlihat bahwa rumah kedai atau cafe di Kota Bandung cukup banyak, lalu semakin banyaknya kedai kopi yang menawarkan produk sejenis ataupun produk substitusi yaitu seperti Boba, Thai Tea, Kopi Susu di kedai maupun cafe lainnya.

Pemasok untuk bahan baku dalam Kedai Kopi ROA bisa mempengaruhi untuk lingkungan industri kopi jika memiliki kekuasaan yang besar apabila mendominasi penguasaan bahan baku tertentu sehingga akan sulit dicari substitusinya. Pembeli atau konsumen juga bisa mempengaruhi dalam lingkungan industri kedai kopi, karena yang menentukan keputusan pembelian adalah konsumen itu sendiri. Serta mudah untuk masuknya pesaing baru dalam lingkungan industri kedai kopi, akan menambah ketatnya persaingan yang telah ada, sehingga merupakan ancaman bagi Kedai Kopi ROA. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat ini perusahaan harus mampu mengantisipasi berbagai ancaman dari para pesaing, berusaha memperbaiki kelemahan-kelemahan dalam perusahaan dan memanfaatkan peluang-peluang dengan kekuatan-kekuatan yang ada.

Kedai Kopi ROA harus dapat menganalisis dan mengantisipasi perubahan lingkungan, baik itu dari lingkungan internal yang masih bisa dikendalikan maupun dari lingkungan eksternal yang sukar untuk dikendalikan. Pengaruh dari

kedua analisis lingkungan ini sangat besar dalam proses perumusan dan pemilihan strategi yang tepat demi perkembangan Kedai Kopi ROA. Analisis lingkungan internal dan eksternal memberikan identifikasi mengenai kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dimiliki.

Berdasarkan pada keadaan internal dan eksternal tersebut, maka peneliti mengajukan sebuah penelitian yang berjudul “ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA KEDAI KOPI ROA” (Studi Kasus Pada Kedai Kopi ROA Kota Bandung).

1.2 Rumusan Masalah

Tingginya persaingan dalam usaha kedai kopi yang ada di Kota Bandung, memberikan dampak bagi manajemen Kedai Kopi ROA. Berdasarkan wawancara dengan pihak kedai bahwa pendapatan yang diterima Kedai Kopi ROA mengalami fluktuasi setiap bulannya. Permasalahan ini mendorong peneliti untuk menganalisis alternatif strategi apa yang sesuai untuk dijalankan dalam upaya pengembangan usaha dengan terlebih dahulu mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan bagi Kedai Kopi ROA.

Perumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor internal apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari Kedai Kopi ROA?
2. Faktor-faktor eksternal apa yang menjadi peluang dan ancaman dari Kedai Kopi

ROA?

3. Alternatif strategi apakah yang sesuai dengan Kedai Kopi ROA?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Mengetahui faktor-faktor internal yang akan menjadi kekuatan dan kelemahan bagi Kedai Kopi ROA.
2. Mengetahui faktor-faktor eksternal yang akan menjadi peluang dan ancaman bagi Kedai Kopi ROA.
3. Mengetahui alternatif strategi apa yang sesuai dengan Kedai Kopi ROA.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak antara lain:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan pertimbangan mengenai pemilihan strategi pengembangan usaha yang tepat guna mencapai tujuan perusahaan.

2. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan untuk melakukan penelitian selanjutnya terkait penerapan strategi bisnis.

3. Bagi peneliti lain

Sebagai bahan informasi ilmiah untuk memperluas wawasan pihak lain yang berkepentingan di bidang analisis strategi bisnis dengan mengambil penelitian sama akan tetapi dengan perusahaan yang berbeda.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Analisis dan pembahasan penelitian ini meliputi gambaran umum, analisis faktor- faktor internal dan eksternal, perumusan dan penentuan strategi yang dapat diterapkan oleh Kedai Kopi ROA dalam perkembangan usahanya. **BAB II**