



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 Kopi Warga

Skripsi

Oleh

Meivianda Dwi Chairunnisa

2016320006

Pembimbing

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

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 Kopi Warga

Skripsi

Oleh

Meivianda Dwi Chairunnisa

2016320006

Bandung

2020

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Meivianda Dwi Chairunnisa
Nomor Pokok : 2016320006
Judul : Analisis Strategi Bersaing Kopi Warga

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 13 Juli 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB.


13 Juli 2020

Sekretaris

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


17 Juli 2020

Anggota

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si.


17/2020

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Meivianda Dwi Chairunnisa
NPM : 2016320006
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Bersaing Kopi Warga

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, 1 Juli 2020



Meivianda Dwi Chairunnisa

ABSTRAK

Nama : Meivianda Dwi Chairunnisa
NPM : 2016320006
Judul : Analisis Strategi Bersaing Kopi Warga

Ketatnya persaingan di dalam industri kuliner khususnya pada bidang kedai kopi, mengharuskan setiap perusahaan untuk memiliki strategi untuk tetap bertahan pada industri ini. Kopi Warga merupakan salah satu kedai kopi yang ikut bersaing dengan menggunakan fokus diferensiasi sebagai strategi bersaingnya. Kopi Warga memiliki kemampuan yang bisa dikembangkan untuk menghadapi ketatnya persaingan industri kedai kopi sekarang.

Penelitian ini dilakukan dengan mempelajari fenomena yang terjadi dan melakukan konfirmasi dengan pemilik Kopi Warga. Analisis fenomena yang ada dilakukan dengan menggunakan analisis *Porter's 5 Forces* serta analisis fungsi bisnis. Kemudian analisis fenomena disimpulkan dengan analisis kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman (SWOT) bagi perusahaan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengusulkan pengembangan yang dapat dilakukan untuk menjalankan strategi bersaing di masa yang akan datang.

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi fokus diferensiasi yang diterapkan oleh Kopi Warga tidak sejalan dengan lingkungan persaingan yang terjadi. Usulan strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan adalah strategi diferensiasi dengan memprioritaskan pengembangan aspek pemasarannya.

Kata Kunci : Strategi Bersaing, Analisis Lingkungan Internal, Analisis Lingkungan Eksternal

ABSTRACT

Name : Meivianda Dwi Chairunnisa

NPM : 2016320006

Title : Competitive Strategic Analysis of Kopi Warga

The tight competition in the culinary industry, especially in the coffee shop field, requires every company to have a strategy to stay in this industry. Kopi Warga is one of the coffee shops that competes by using the focus differentiation as their competitive. There are several capabilities that can be developed by Kopi Warga to face the intense competition in the coffee shop industry now.

This research was conducted by studying the phenomena that occur and confirm it with the owner of Kopi Warga. Analysis of existing phenomena is done using Porter's 5 Forces analysis and business function analysis. Then the phenomenon analysis is concluded with an analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) for the company. This research also aims to propose developments that can be done to carry out competitive strategies in the future.

This study shows that the differentiation focus strategy that had been applied by Kopi Warga does not suit the prevailing competition environment. The proposed strategy that can be applied by companies is a differentiation strategy by prioritizing the development of their marketing aspects.

Key Words : Competitive Strategies, Internal Environmental Analysis, External Environmental Analysis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat, serta karunia-Nya kepada penulis sehingga penelitian serta penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Kopi Warga” yang bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mendapat gelar Sarjana dalam Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan dapat berjalan dengan baik. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si sebagai dosen pembimbing yang senantiasa membimbing peneliti dengan segala kesabaran, waktu, tenaga, serta ilmu yang diberikan selama membimbing peneliti menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.S sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
4. Segenap dosen yang telah memberikan ilmu dan mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
5. Kedua orang tua penulis, Bapa dan Mama serta Nenek penulis yang terus memberikan dukungan dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan

- skripsi ini, juga kepada Dea dan Ayang yang bersedia memberikan pendapatnya dan membantu penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Eki dan Ka Hani yang bersedia membantu penulis selama proses penyusunan skripsi dengan memberikan informasi, arahan, bimbingan, serta waktunya selama proses penelitian skripsi ini hingga selesai.
 7. Pihak Kopi Warga yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian mengenai kedainya dan bersedia memberikan informasi serta waktunya untuk penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
 8. Teman – teman senior UNPAR baik hati yang selalu mendukung, memberi arahan juga bimbingan kepada penulis dengan sabar yaitu Georgina Afrilia, Mutiara Novita, Vani Dwi, dan Cynthia N, serta teman – teman kuliah lainnya yang selalu memberi dukungan dan menerima keluhan penulis yaitu Putri Nurdhita, Felicia Lievia, Wenny Febrianty, Nabilia Mutiara, Yoojeong Wang, Nursyifa O, Putri Gustiawati, Maria Chrisea, dan masih banyak lagi terima kasih sudah selalu menemani penulis dari awal masa perkuliahan sampai proses penyelesaian skripsi ini dan mau menerima kekurangan penulis juga menuntun penulis untuk tetap ke jalan yang tidak terlalu salah.
 9. Teman dekat penulis lainnya yang juga selalu mendukung, memberi arahan dan selalu memotivasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini yaitu Astrina, Aditia Nur A, Nabila Zhafira, Anisa Arifka, dan Ilham Zhafran juga teman- teman lainnya.
 10. Serta kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis meminta kritik dan saran dari pembaca. Akhir kata, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doa, semoga Tuhan membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, Amin.

Bandung, 1 Juli 2020

Meivianda Dwi Chairunnisa

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2 KERANGKA TEORI	5
2.1 Proses Bisnis	5
2.2 Strategi	5
2.2.1 Pengertian strategi.....	5
2.2.2 Strategi Bersaing Generik Porter	6
2.3 Analisis Lingkungan Eksternal.....	9
2.3.1 Analisis Kekuatan Persaingan Porter.....	10
2.4 Analisis Lingkungan Internal.....	18
2.4.1 Fungsi Bisnis	18
2.5 Analisis SWOT	26
2.6 Penelitian terdahulu	27
BAB 3 METODELOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Pengumpulan data.....	30
3.3.1 Survei.....	31
3.3.2 Wawancara.....	31
3.3.3 Observasi	33
3.3.4 Diskusi Kelompok Terarah (Focus Group Discussion).....	33
3.3.5 Triangulasi	34

3.4	Sumber Data	35
3.4.1	Data primer	35
3.4.2	Data sekunder	35
3.5	Teknik Analisa Data	35
3.5.1	Analisis Porter's 5 forces	36
3.5.2	Matriks SWOT.....	36
3.6	Operasionalisasi variabel	39
BAB 4	OBJEK PENELITIAN.....	42
4.1	Profil Perusahaan	42
4.2	Sejarah Perusahaan	43
4.3	Visi dan Misi Perusahaan	45
4.4	Struktur Organisasi	46
4.5	Menu Utama	47
4.6	Proses Bisnis.....	49
BAB 5	PEMBAHASAN.....	50
5.1	Kondisi Bisnis Aktual.....	50
5.2	Analisis Lingkungan Eksternal.....	51
5.2.1	Analisis Kekuatan Persaingan Porter.....	52
5.3	Analisis Lingkungan Internal.....	64
5.3.1	Fungsi bisnis	64
5.4	Strategi Matriks SWOT	82
5.5	Kemampuan yang bisa dikembangkan	84
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
6.1	Kesimpulan	86
6.2	Saran	88
	DAFTAR PUSTAKA.....	89
	LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2-1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3-1 Operasionalisasi Variabel.....	39
Tabel 5-1 Tabel Pengukuran Daya Tawar Pembeli.....	52
Tabel 5-2 Tabel Pengukuran Intensitas Persaingan.....	55
Tabel 5-3 Tabel Pengukuran Tekanan Produk Substitusi.....	58
Tabel 5-4 Tabel Pengukuran Daya Tawar Pemasok.....	60
Tabel 5-5 Tabel Pengukuran Ancaman Pendetang Baru.....	62
Tabel 5-6 Tabel Matriks SWOT Kopi Warga.....	82
Tabel 5-7 Tabel Pemberlakuan Fenomena Strategi Matriks SWOT Kopi Warga	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3-1 Matriks SWOT	37
Gambar 4-1 Logo Kopi Warga	42
Gambar 4-2 Struktur Organisasi Kopi Warga	46
Gambar 4-3 Es Kopi Ngartos.....	47
Gambar 4-4 Es Kopi Seger	47
Gambar 4-5 Es Kopi Akang.....	48
Gambar 4-6 Proses Bisnis Kopi Warga	49
Gambar 5-1 Tampilan Akun Instagram Kopi Warga	74
Gambar 5-2 Tampilan Akun Facebook Kopi Warga.....	75
Gambar 5-3 Tampilan Website Kopi Warga	76
Gambar 5-4 Stan Kopi Warga Pada Event JIPREMIUM 2019.....	77
Gambar 7-2 Form penilaian kinerja.....	98
Gambar 7-1 Form penilaian wawancara.....	98
Gambar 7-3 Form penilaian perencanaan produk.....	99
Gambar 7-4 Form penilaian pelanggan	99
Gambar 7-7 Contoh catatan sales divisi dapur	100

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kondisi sumber daya alam yang semakin menurun setiap tahunnya, salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru bagi ekonomi nasional di masa mendatang ialah sektor Ekonomi Kreatif (Ekraf). Ekonomi Kreatif menjadi salah satu sektor riil yang dianggap sangat layak menjadi prioritas, dan dipercaya akan menjadi tulang punggung bagi perekonomian di Indonesia. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (2018) mesin utama bagi industri Kreatif Indonesia serta pemberi sumbangan terbesar bagi PDB Ekonomi Kreatif Indonesia ialah sub sektor kuliner dengan kontribusi sebesar 41,40%. Hal ini dikarenakan kedudukan kuliner sebagai kebutuhan dasar manusia. Selain itu, kuliner dapat dinilai sebagai sub sektor yang berkembang semakin pesat karena saat ini kuliner sudah menjadi bagian *lifestyle* dan *leisure* (OPUS Creative Economy Outlook 2019, 2018). Menurut Adinda Ade Mustami (2017) peningkatan konsumsi *lifestyle* dan *leisure* pada kuliner salah satunya dipengaruhi oleh *coffeeshop* atau usaha kedai kopi.

Menurut *Chairman Specialty Coffee Association of Indonesia* (SCAI), Syafrudin pada *Bisnis.com* (2019), kontribusi bisnis kedai kopi dapat terus meningkat seiring dengan banyaknya bisnis kedai kopi yang bermunculan di setiap kota dan desa. Saat ini, gaya hidup meminum kopi sedang menjadi tren di kalangan masyarakat. Data *International Coffee Organization* (ICO) menunjukkan bahwa

konsumsi kopi Indonesia setiap tahunnya mengalami kenaikan, di mana pada tahun 2017/18 tercatat bahwa konsumsi kopi Indonesia berjumlah sebesar 4.750.000 per 60 Kg *bags* dan di tahun 2018/19 mengalami kenaikan menjadi 4.800.000 per 60 Kg *bags*. Jumlah *coffee shop* di Indonesia juga mengalami 3 kali peningkatan selama 3 tahun terakhir, di mana pada tahun 2016 terdapat 1083 *coffee shop* dan pada tahun 2019 terdapat sekitar lebih dari 2937 *coffee shop* yang berada di Indonesia. Sejak tahun 2016, Indonesia memasuki gelombang keempat atau pertumbuhan *market size* secara besar dalam sejarah industri kedai kopi. Salah satu inovasi yang hadir pada gelombang keempat ini ialah inovasi varian rasa produk kopi susu (Brewing In Indonesia: Insights for Successful Coffee Shop Business, 2020).

Kedai kopi yang berdiri pada gelombang keempat salah satunya adalah Kopi Warga dengan kopi susu sebagai menu utamanya. Kedai Kopi Warga berdiri pada tahun 2018 di bawah naungan PT Kopi Warga Nusantara. Sebelum Kedai Kopi Warga berdiri, pendiri PT Kopi Warga bermaksud untuk membantu para korban longsor yang terjadi di daerah Pangalengan, melihat minimnya jumlah pohon di sekitar daerah tersebut sebagai penyebab longsor yang terjadi pada tahun 2015 memunculkan pemikiran untuk melakukan penghijauan kembali dengan menanamkan pohon kopi di daerah tersebut. Pada awalnya, Kopi Warga menjual kopi hasil kebunnya kepada beberapa tengkulak kopi hingga akhirnya menjual minuman kopi dengan bentuk kemasan pada tahun 2018 untuk memperkenalkan produknya lebih awal sebelum akhirnya mendirikan kedai Kopi Warga satu tahun berikutnya yang berlokasi di pusat Kota Bandung yaitu di Jalan Dago.

Dengan persaingan yang cukup ketat dan menjamurnya kedai kopi di Kota Bandung, Kopi Warga sebagai salah satu bisnis kopi yang ikut berjuang memiliki jenis bisnis dari hulu ke hilir. Kopi Warga memiliki moto *dari warga untuk warga* sebagai penanaman kesadaran akan tanggung jawab sosial bagi pelanggannya dan juga kampanye pelestarian lingkungan. Konsep ini dipikirkan dan dirancang sendiri oleh pemilik Kopi Warga dengan tema tradisional – modern sebagai ciri khas Kopi Warga. Persaingan kedai kopi proses bisnis yang sejenis di hulu seperti Warung Kopi Kiwari Farmers dan di hilir seperti kedai - kedai kopi lain di Kota Bandung menuntut Kopi Warga untuk menetapkan strategi bersaing yang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh Kopi Warga dan kondisi lingkungan persaingan yang terjadi pada Kopi Warga.

Atas dasar yang telah dijelaskan di atas, penulis ingin memastikan bahwa Kopi Warga mengetahui kelebihan dan kekurangannya sehingga dapat memilih strategi bersaing yang tepat untuk dilakukan pada sub sektor kuliner bidang kedai kopi di Kota Bandung. Adapun judul atau topik yang diambil dalam penyusunan tulisan ini adalah “Analisis Strategi Bersaing Kopi Warga”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan demikian rumusan masalah penelitian ini :

1. Strategi bersaing apa yang diterapkan oleh Kopi Warga selama ini?
2. Bagaimana analisis kondisi lingkungan persaingan Kopi Warga?
3. Strategi bersaing apa yang tepat untuk diterapkan oleh Kopi Warga dalam melakukan persaingan di masa yang akan datang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok – pokok permasalahan :

1. Untuk mengetahui strategi bersaing apa yang diterapkan oleh Kopi Warga selama ini.
2. Untuk menganalisis kondisi lingkungan persaingan Kopi Warga.
3. Untuk mengetahui strategi bersaing yang tepat untuk diterapkan oleh Kopi Warga dalam melakukan persaingan di masa yang akan datang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti :

Sebagai salah satu proses pembelajaran yang diharapkan dapat memperluas wawasan, pengalaman dan ilmu – ilmu nyata mengenai strategi perusahaan pada bisnis khususnya pada bidang kuliner.

2. Bagi Perusahaan :

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan dan dapat membantu perusahaan dalam menyusun strategi bersaing juga pengembangan bisnisnya pada masa yang akan datang.

3. Bagi Pihak Lain :

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta tambahan informasi yang bermanfaat khususnya bagi pihak – pihak yang memerlukan.