



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 Pertumbuhan Bisnis Wheels Coffee

Roasters

Skripsi

Oleh

Natasha Tanu

2016320022

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 Pertunbuhan Bisnis Wheels Coffee

Roasters

Skripsi

Oleh

Natasha Tanu

2016320022

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Natasha Tanu
Nomor Pokok : 2016320022
Judul : Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis Wheels Coffee Roasters

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana

Pada Senin, 20 Juli 2020

Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua Sidang merangkap anggota


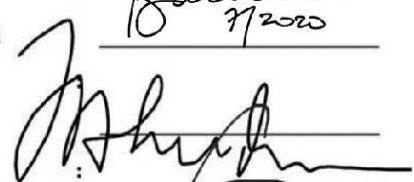

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si

Sekretaris

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Anggota

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

: 
: 
: 

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natasha Tanu

NPM : 2016320022

Jurusan/ Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis Wheels Coffee
Roasters

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, 29 Mei 2020

METERAI
TEMPEL
7CE20AHF178463125
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Natasha Tanu 

ABSTRAK

Nama : Natasha Tanu
NPM : 2016320022
Judul : Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis Wheels Coffee
Roasters

Sektor industri makanan dan minuman berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Usaha kedai kopi merupakan salah satu dari industri makanan dan minuman yang sedang berkembang di Indonesia saat ini. Konsumsi kopi dalam negeri pun terus mengalami peningkatan seiring dengan bertambahnya jumlah kedai kopi. Berbagai kedai kopi mulai dari kedai kopi rumahan, bisnis *franchise*, hingga kedai yang menawarkan *speciality coffee* dapat ditemui di Kota Bandung. Persaingan yang ketat menuntut pengusaha untuk memiliki strategi untuk dapat bertumbuh dan mengembangkan bisnisnya. Salah satu tempat yang memberikan pengalaman berbeda dalam secangkir kopi di Kota Bandung ialah Wheels Coffee Roasters yang terletak di Jalan Prof. Eyckman No 32.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksploratif deskriptif dengan metode penelitian studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan ialah dengan *Resource Based* dan Analisis SWOT

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa Wheels Coffee Roasters dapat bertumbuh karena mampu mengkolaborasikan sumber daya perusahaannya dengan peluang industri Coffee Shop di Kota Bandung. Strategi yang digunakan ialah strategi Best Value Focus atau biasa disebut Focused Differentiation dengan menghadirkan diferensiasi produk dan juga jasa dalam perusahaannya. Sedangkan dari hasil Matriks Internal Eksternal menunjukkan bahwa Wheels Coffee Roasters dapat melaksanakan strategi penetrasi pasar dengan melakukan berbagai strategi pemasaran yang menarik untuk membantu perusahaan memperluas pangsa pasarnya.

Kata Kunci : Pertumbuhan bisnis, *Resource Based View*, Analisis SWOT

ABSTRACT

Name : Natasha Tanu
NPM : 2016320022
Title : Business Strategy Growth Analysis Wheels Coffee Roasters

Food and beverage industry sector contributes greatly to national economic growth. Coffee Shop business is one of the food and beverage industries that is currently growing in Indonesia these days. Coffee consumption in the country also continues to increase along with the increasing number of coffee shops. Various coffee shop ranging from home coffee shop, franchise business to shop that offer speciality coffe. Intense competition requires entrepreneurs to have strategy to be able to grow and develop their business. One place that provides a different experience in a cup of coffee is Wheels Coffee Roasters located on Prof Eykman Street number 32, Bandung.

This study use a descriptive exploratory type of research with case study research method. Data on research objects is collected through interview and observation method. Data collected were analyzed using the Resource Based Therory and SWOT analysis.

From the results of research conducted, it was found that Wheels Coffee Roasters can grow because they are able to collaborate their company resources with the Coffee Shop Industry opportunities in Bandung. The strategy used is the Best Value Focus strategy or commonly called Focused Differentiation by presenting product and service differentiation in the company. While the result of the External Internal Matrix show that Wheels Coffee Roasters can implement market penetration strategies by carrying out various marketing strategies to help companies expand their market share.

Key Word : Business Growth, Resource Based View, SWOT Analysis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis Wheels Coffee Roasters dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini disusun dalam rangka untuk dapat memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosiasl dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang selalu memberikan doa, bimbingan, dukungan, dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Maka dari itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala penyertaan dan perlindungan yang Engkau berikan dalam setiap langkah yang saya jalani dan memberikan banyak berkat sehingga pada akhirnya penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Orang tua terkasih Papa Dedi Tanu dan juga Mama Elva Susinawati yang telah memberikan semangat, motivasi dan selalu menjadi tempat bersandar dalam setiap proses perkualahan dan juga penyelesaian skripsi ini.
3. Kevin Tanu yang telah menjadi tempat bertukar pikiran dan memberikan ilmu dan juga masukan dalam perkuliahan dan pengerjaan skripsi.
4. Bapa Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam membimbing peneliti serta memberikan ilmu yang

bermanfaat sehingga peneliti dapat mengerjakan dan mendalami topik yang diteliti.

5. Ibu Dr. Nia Juliawati, Dra., M.Si selaku Dosen Wali penulis selama kuliah.
6. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis UNPAR yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan juga wawasan kepada penulis selama menempuh studi di UNPAR.
7. Kepada Aldy Antonius selaku Owner dari Wheels Coffee Roasters yang mengizinkan peneliti menggunakan Wheels Coffee Roasters sebagai objek penelitian dan membantu peneliti dalam setiap proses penelitian serta observasi.
8. Selie Vanessa selaku sahabat penulis sejak awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih selalu ada dalam menjalani segala kesulitan, kesedihan yang dihadapi, dukungan yang diberikan dari awal penulisan skripsi sampai dengan diselesaikannya skripsi ini.
9. Sonia Zipora selaku sahabat penulis sejak SMA hingga sekarang dan telah menemani penulis melewati hari-hari dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini.
10. Viola Heriyanto, Yohanna, yang telah menjadi teman dekat semasa perkuliahan , teman belajar dan juga bermain bersama.
11. Seluruh teman-teman di UNPAR dan Administrasi Bisnis yang tidak dapat diungkapkan satu persatu. Terima kasih untuk semua kenangan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan ilmu, sarana, dan kemampuan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan baik. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua

Bandung, Mei 2020

Peneliti,

Natasha Tanu

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
BAB II.....	12
KERANGKA TEORI.....	12
2.1 Faktor Pendorong Pertumbuhan dan Perkembangan Usaha.....	12
2.1.1 Analisis Internal Perusahaan.....	12
2.1.2 Analisis Lingkungan Eksternal <i>The Five Forces</i>	14
2.2 Tantangan Pengembangan Usaha.....	18
2.3 Pembuatan Strategi.....	21
2.3.1 Analisis Lingkungan.....	21
2.4 Analisis SWOT.....	30
2.4.1 Definisi Analisis SWOT.....	30
2.4.2 Matriks Analisis SWOT.....	32
2.5 Jenis Strategi Pengembangan Usaha.....	34
2.5.1 Strategi Integrasi.....	34
2.5.2 Strategi Intensif.....	37

2.5.3	Diversifikasi.....	39
2.5.4	Strategi Bertahan.....	41
2.6	Penelitian Terdahulu.....	44
BAB III.....		46
METODE PENELITIAN.....		46
3.1	Jenis Penelitian.....	46
3.2	Metode Penelitian.....	46
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4	Sumber Data.....	48
3.5	Teknik Analisis Data.....	48
3.6	Lokasi Penelitian.....	52
BAB IV.....		53
OBJEK PENELITIAN.....		53
4.1	Sejarah Perusahaan.....	53
4.2	Profil Perusahaan.....	54
4.2.1	Logo Perusahaan.....	54
4.2.2	Lokasi Perusahaan.....	54
4.2.3	Jam Operasional.....	54
4.3	Struktur Perusahaan.....	55
4.4	Produk Perusahaan.....	56
4.5	Value Chain Wheels Coffee Roasters.....	61
4.5.1	Aktivitas Primer.....	61
4.5.2	Aktivitas Pendukung.....	63
BAB V.....		66
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		66
5.1	Pertumbuhan dan Strategi Perusahaan Saat ini.....	66
5.1.1	Analisis Pertumbuhan Perusahaan.....	66
5.1.2	Fase Pertumbuhan Perusahaan.....	80
5.1.3	Strategi Perusahaan Saat Ini.....	83
5.2	Kendala dan Tantangan dalam Pertumbuhan.....	86
5.3	Langkah Strategik untuk Bertumbuh di Masa yang akan Datang.....	89

5.3.1	Analisis Lingkungan Internal.....	89
5.3.2	Analisis Lingkungan Eskternal.....	97
5.3.3	Rancangan Strategi.....	100
5.3.4	Matriks Evaluasi Faktor Eksternal.....	108
5.3.5	Matriks Evaluasi Faktor Internal.....	110
5.3.6	Matriks Internal Eksternal.....	111
5.3.7	Strategi yang Disarankan untuk Wheels Coffee Roasters.....	112
BAB VI.....		116
KESIMPULAN DAN SARAN.....		116
6.1	Kesimpulan.....	116
6.1.1	Pertumbuhan Wheels Coffee Roasters dan Strategi Bisnis Selama Ini	116
6.1.2	Kendala dan Tantangan dalam Pertumbuhan.....	118
6.1.3	Langkah strategis yang direkomendasikan untuk Wheels Coffee Roasters	120
6.2	Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....		122
LAMPIRAN.....		127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Customer Experience Wheels Coffee Roasters.....	7
Gambar 1.2 Kerangka Berpikir.....	11
Gambar 2.1 The Five Forces Model.....	14
Gambar 3.1 Matriks Internal Eksternal.....	51
Gambar 3.2 Lokasi Wheels Coffee Roasters.....	52
Gambar 4.1 Logo Wheels Coffee Roasters.....	54
Gambar 4.2 Tiga Raja Espresso Blend.....	57
Gambar 4.3 A 17 Espresso Blend.....	57
Gambar 4.4 Valentine Edition Menu.....	58
Gambar 4.5 Hot Cappuccino.....	58
Gambar 4.6 Hot Latte.....	59
Gambar 4.7 Salade De Rougier.....	59
Gambar 4.8 Crispy Chicken Rice.....	60
Gambar 4.9 Cube Steak.....	60
Gambar 4.10 Creme Brulee.....	61
Gambar 5.1 Omzet Wheels Coffee Roasters.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Customer terhadap Wheels Coffee Roasters pada Google.....	3
Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	33
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 5.1 Ulasan terhadap Wheels Coffee Roasters di Instagram.....	72
Tabel 5.2 Matriks SWOT Wheels Coffee Roasters.....	104
Tabel 5.3 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Wheels Coffee Roasters.....	109
Tabel 5.4 Matriks Evaluasi Faktor Internal Wheels Coffee Roasters.....	110
Tabel 5.5 Matriks Internal Eksternal Wheels Coffee Roasters.....	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 1 Daftar Pertanyaan.....	127
-------------------------------------	-----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor makanan dan minuman diprediksi akan menjadi salah satu sektor penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional di tahun-tahun mendatang, karena industri ini didukung dengan kekayaan sumber daya alam Indonesia dan tingginya angka permintaan domestik. Menurut Airlangga Hartanto, Menteri Perindustrian tahun 2019 pertumbuhan Produk Domestik Bruto industri makanan dan minuman hingga triwulan I 2019 mencapai angka 6,77%. Hasil ini berada di atas pertumbuhan PDB industry nasional yang hanya sebesar 5,07%. Sektor ini pun berkontribusi sebesar 35,58% terhadap PDB Industri Non Migas dan sebesar 6,35% terhadap PDB nasional (Rihanto, 2019).

Berkembangnya sektor industri makanan dan minuman ini tak luput dari kehadiran usaha kedai kopi yang semakin menjamur di Indonesia. Pertumbuhan usaha kedai kopi hingga akhir 2019 diprediksi mencapai 15%-20%, angka ini lebih tinggi jika dibandingkan dengan tahun 2018 yang hanya mencapai 9%-10%. (Zuhriyah, 2019).

Kehadiran usaha kedai kopi ini didukung dengan fakta bahwa Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar ke empat di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolumbia dengan produksi 636.000 metrik ton kopi pada tahun panen 2017/2018 (Augesti, 2019). Konsumsi kopi dalam negeri pun terus mengalami peningkatan, Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, konsumsi kopi nasional tahun 2018 ialah 314.400 ton

dari sebelumnya tahun 2016 hanya 249.800 ton dan diprediksi akan terus tumbuh sebesar 8,22 % per tahunnya. (Widiarini, 2019)

Pertumbuhan konsumsi kopi di Indonesia sendiri ditandai dengan menjamurnya usaha gerai kopi mulai dari gerai kopi yang berupa UMKM hingga gerai kopi yang memiliki jaringan di kota-kota besar. Pada tahun 2019 sendiri, Hasil riset TOFFIN bersama dengan Majalah MIX MarComm mencatat bahwa jumlah kedai kopi di Indonesia pada bulan Agustus 2019 mengalami peningkatan hampir tiga kali lipat yaitu bertambah sekitar 1.950 gerai dari 2016 yang hanya sekitar 1000 gerai. Angka ini pun di klaim masih bisa bertambah mengingat sensus ini hanya mencakup gerai kopi di kota-kota besar. (Sugianto, 2019)

Tren gerai kopi susu kekinian ini sendiri disebut-sebut diprakasai oleh Kedai Kopi Tuku di Cipete Jakarta Selatan yang disambangi oleh Presiden Joko Widodo pada tahun 2017. Sejak saat itu, munculah gerai-gerai yang menjual es kopi susu sebagai produk unggulannya. Penyebarannya pun bukan hanya di Jakarta tetapi hingga ke kota-kota besar lainnya di Indonesia. (Cahya, 2019)

Founder dari *Coffee Lovers* Indonesia dan Bendahara Umum Dewan Kopi Lisa Ayodhya menuturkan bahwa untuk membuat usaha kopi tidak diperlukan modal yang besar dan juga bisnis kopi bagi pelaku UMKM ini tidak serumit bisnis lainnya. Hal ini tentunya membuka kesempatan bagi para pelaku bisnis untuk membuka bisnis kedai kopi karena Indonesia sendiri memang kental dengan budaya minum kopi yang telah mengakar. (Sholeh, 2020).

Tingkat kesulitan yang tidak terlalu rumit untuk masuk ke dalam bisnis ini mengakibatkan berjamurnya gerai es kopi susu yang menawarkan produk dengan

cita rasa sejenis dan dengan bentuk yang mirip. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh IDN Times, beberapa merk es kopi susu yang paling sering dipesan antara lain ialah Janji Jiwa sebesar 23,6%, Kulo 19,4%, Kopi Kenangan 14,2%, Kopi Soe 3,9% dan terakhir ialah Jokopi sebesar 2,6%. (Cahya, 2019). Di Kota Bandung sendiri, Janji Jiwa telah memiliki setidaknya 26 gerai, disusul dengan Kopi Kulo dengan 15 gerai, Kopi Kenangan dengan 16 gerai dan Kopi Soe dengan 9 gerai. Semakin banyak dan beragam kedai es kopi susu kekinian mengakibatkan persaingan yang semakin ketat diantara industri sejenis. Oleh karena itu, mereka yang berkecimpung di dalamnya harus menyiapkan strategi untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Salah satu tempat di Kota Bandung yang menawarkan pengalaman berbeda dalam kenikmatan secangkir kopi ialah Wheels Coffee Roasters yang terletak di Jalan Professor Eyckman no 32 Bandung dan telah berdiri sekitar 3 tahun bersamaan dengan meluasnya jaringan gerai es kopi susu kekinian.

Saat ini Wheels Coffee Roasters sendiri memiliki penilaian yang cukup baik jika dilihat di mesin pencari Google, Wheels Coffee Roasters mendapatkan nilai 4,7 dari 5 bintang dari para konsumennya dan telah diulas oleh 183 pengguna . Untuk mengetahui alasan penilaian yang diberikan oleh konsumennya, maka penulis membuat tabel ulasan konsumen terhadap Wheels Coffee Roasters Bandung pada *Google Review* :

Tabel 1.1 Ulasan Customer terhadap Wheels Coffee Roasters pada Google

No	Pengguna	Ulasan
1.	Trifena Lukar	“One of the OG Coffee Shop in town . Baristanya sangat membantu

		dalam memilih kopi mana yang sesuai selera customer. Kue dan makanannya pun enak sekali. Pemilihan <i>playlistnya</i> juga asik. Selalu senang menyeruput kopi di sini. <i>Cozy and homey. Highly recommended!</i> ”
2.	Shihab Muhammad	“ <i>The place is okay, beannya loads of choice, affordable price. Akang and teteh baristanya friendly, around a lot of native plants that I like, and there are spots that make it comfortable, the toilet is really istagramable hahahah kudu must copy here the citizens of Bandung.</i> ”
3.	Iman Setyadi	“ <i>Lovely place. Modern yet comfortable. Many range of coffee beans, domestic & import. Great services. Have their own coffee roasting machine. Will be back again.</i> ”
4.	Die Fortisssimo	“ <i>One of my favourite cafe in Bandung. Yes, they're quite small</i>

		<i>and their interior is nothing too glamorous in this instagramesque time, but their coffee and foods are nice quality. Quite on the higher end of price but definitely a must try.’’</i>
5.	Jason Daniel Hidayat	<i>“Best longblack in town, good vibes, friendly barista and crew, perfect service , perfect coffee! The price is quite cheap for good coffeeshop like this”</i>
6.	Fahmi Wahas	<i>”Very friendly and nice hospitality, have a great place and a very good quality coffee. Really recommend this place”</i>
7.	Hendy Chandra	<i>”Coffee is good, but the food is maybe slightly too expensive for some of us. Love the interior, the dining area, the music. One area with their own coffee roaster so you can see the roasting process if you came there when they roasting the bean. One stop coffee experience place in Bandung! Love love.”</i>

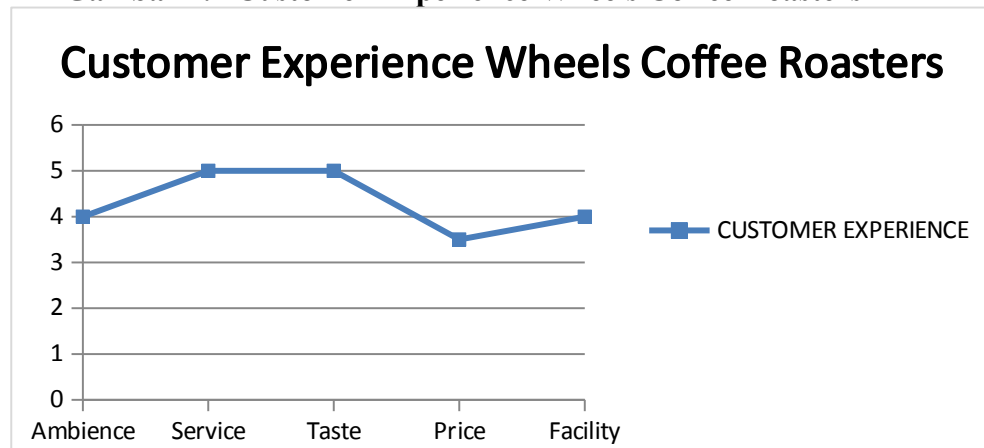
8.	Rozar Prawiranegara	<i>“Folks who's into coffee and tea will love this place. Take your time to educate yourself about the menu as they will take their time to explain it to you. Only then, your visit to this specialized cafe is really worth the while.”</i>
9.	Indra Laksana	<i>“Nice coffee ,nice place, nice food as well Now wheels open until 9pm/10pm weekend Every weekend they provide Steak too. Nice Steak...”</i>
10.	Ferry Chandra	<i>“Nice houseblend coffee, the guatemala coffee...the food also good and tasty, price is affordable. Nice place for hang out, doing some work, etc.”</i>

Sumber : www.google.co.id diolah oleh penulis

Customer experience (pengalaman pelanggan) yang paling menonjol diberikan oleh Wheels Coffee Roaster ialah pelanggan dapat melakukan konsultasi terlebih dahulu dengan barista mengenai jenis kopi yang akan dipilih karena Wheels Coffee Roaster sendiri menyiapkan beragam jenis biji kopi sesuai dengan selera pelanggan. Selain itu, jika sedang beruntung, pelanggan dapat langsung melihat proses *roasting* kopi itu sendiri. Kopi yang digunakan oleh Wheels Coffee Roasters juga merupakan *freshly roasted* dari biji kopi pilihan

sehingga terjaga kualitas produknya. Berikut ialah matriks mengenai customer experience ketika mengunjungi Wheels Coffee Roasters.

Gambar 1.1 Customer Experience Wheels Coffee Roasters



Sumber : Diolah oleh penulis

Berdasarkan ulasan dari konsumen, maka fenomena ini menarik untuk dibahas karena selama 3 tahun ini Wheels Coffee Roasters muncul dengan menawarkan konsep berbeda dengan jaringan gerai es kopi susu kekinian .

1.2 Identifikasi Masalah

Wheels Coffee Roasters terletak di jalan Professor Eyckman no 32 Bandung, dan telah berdiri selama hampir 3 tahun . Berdirinya Wheels Coffee Roasters ini sendiri beriringan dengan tren gerai es kopi susu yang menjamur di Kota Bandung. Semakin banyaknya pesaing dalam ruang lingkup bisnis ini menjadi ancaman tersendiri bagi Wheels Coffee Roasters untuk dapat mempertahankan eksistensinya dan bahkan berkembang di tengah ketatnya persaingan. Oleh karena itu peneliti akan membantu menganalisis strategi yang telah digunakan oleh Wheels Coffee Roasters selama ini dan merancang strategi berikutnya untuk meraih pangsa pasar yang lebih luas. Maka dari itu,

berikut rumusan masalah yang digunakan untuk penelitian pada Wheels Coffee Roasters:

1. Bagaimana Wheels Coffee Roasters dapat tumbuh dan berkembang selama ini? Apa strategi bisnis yang digunakan?
2. Apa kendala dan tantangan yang mengganggu pertumbuhan dan perkembangan Wheels Coffee Roasters ?
3. Apa langkah strategic (*Growth strategy*) yang dapat digunakan oleh Wheels Coffee Roasters agar bisa bertumbuh di masa yang akan datang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui proses pertumbuhan dan perkembangan Wheels Coffee Roasters dan strategi yang telah digunakan selama ini.
2. Menganalisis kendala dan tantangan yang mengganggu pertumbuhan dan perkembangan Wheels Coffee Roasters
3. Menganalisis dan menetapkan langkah strategic (*Growth Strategy*) yang dapat digunakan oleh Wheels Coffee Roasters di masa yang akan datang untuk dapat bertumbuh di industri ini.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Penulis

Penelitian ini bertujuan sebagai masukan pengetahuan bagi peneliti tentang strategi bersaing yang efektif bagi perusahaan di tengah perkembangan industry sejenis yang semakin hari semakin kompetitif.

2. Manfaat bagi Wheels Coffee Roasters

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam menyusun strategi bersaingnya di masa yang akan datang. Selain itu membantu perusahaan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan saat ini dengan strategi yang telah ditetapkan

1.5 Kerangka Pemikiran

Proses analisis dan perencanaan strategi yang dilakukan bagi *Wheels Coffee Roasters* dilakukan dengan mengidentifikasi latar belakang terbentuknya bisnis ini serta bagaimana perusahaan mengimplementasikan strategi yang telah dilakukannya sehingga bisnisnya dapat bertumbuh dengan menggunakan Resource Based Theory.

Selanjutnya dilakukan identifikasi atas hambatan dan juga tantangan yang mengganggu pertumbuhan bisnis dari *Wheels Coffee Roasters*.

Langkah terakhir ialah dengan melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal. Faktor internal itu sendiri terdiri dari faktor manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, serta riset dan pengembangan juga faktor eksternal berupa analisis eksternal makro yang diuraikan menjadi PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, Legal) dan juga analisis eksternal mikro menggunakan *Porter's Five Forces* yang berguna untuk mengetahui peluang dan tantangan yang ada di dalam persaingan industri.

Tahapan pembuatan strategi ini menggunakan matriks sebagai alat analisisnya yaitu

- a. *External Factor Evaluation (EFE) Matrix*
- b. *Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix*
- c. *Internal External Matrix*

Hasil dari analisis yang dilakukan akan menghasilkan rancangan strategi yang akan membantu *Wheels Coffee Roasters* untuk tumbuh di tengah persaingan industri yang semakin ketat. Berikut ialah kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini:

Gambar 1.2 Kerangka Berpikir

