



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

Rancangan Inovasi pada Café Titik Sendja

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Ricky Kurnia

2016320059

Bandung

2020



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

Terakreditasi A

BAN –PT No. 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Rancangan Inovasi pada Café Titik Sendja

Skripsi

Oleh

Ricky Kurnia

2016320059

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2020

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Ricky Kurnia
Nomor Pokok : 2016320059
Judul : Rancangan Inovasi pada Café Titik Sendja

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 27 Juli 2020
Dan dinyatakan LULUS

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB.


1 Agustus 2020

Sekretaris
Sanerya Hendrawan, Ph.D



Anggota

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M.



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ricky Kurnia

NPM : 2016320059

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Rancangan Inovasi Pada Café Titik Sendja

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 dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 12 May 2020



Ricky Kurnia

ABSTRAK

Nama : Ricky Kurnia
NPM : 2016320059
Judul : Rancangan Inovasi pada Café Titik Sendja

Persaingan usaha pada Café Titik Sendja di Kota Bandung mempunyai potensi untuk berkembang sesuai dengan tren yang ada saat ini, tetapi harus diperhatikan beberapa desain interior, eksterior, fasilitas, serta sumber daya manusia yang terdapat pada Café ini apakah mendukung atau tidak terutama di dalam hal inovasi yang didapat dari perubahan dari input menjadi output atau dapat menciptakan perubahan besar di dalam hubungan antara nilai guna dan harga yang ingin ditawarkan kepada konsumen ataupun calon konsumen yang ada di lingkungan ini.

Peneliti akan menggunakan jenis penelitian deksriptif analitis dengan metode penelitian studi kasus dengan mengambil masalah ataupun memusatkan perhatian terhadap suatu masalah saat dilakukannya penelitian dari hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk mengambil kesimpulannya. Data di atas menunjukkan objek penelitian yang diteliti melalui wawancara dan pengamatan / observasi. Data yang dianalisis ini menggunakan pendekatan Rantai Nilai inovasi dan Radar Inovasi Bisnis.

Hasil penelitian ini berupa inovasi yang dilakukan kepada Café Titik Sendja dan akan terwujud pada akhir bulan 2020 ini dengan harapan akan menjadikan suatu inovasi yang efektif di dalam menekankan tingkat aktivitas rantai nilai inovasi, pengendalian ide, pengembangan ide, serta penyebaran ide kepada pihak di dalam dan pihak luar perusahaan dalam bentuk perwujudan factor yang ada pada dimensi radar inovasi bisnis serta proses perusahaan di dalam mendapatkan ide dan jaringan antar pihak eksternal yaitu inovasi penambahan wifi, pendingin ruangan, dan ventilasi udara.

Kata kunci: Inovasi, Rantai inovasi, Radar inovasi.

ABSTRACT

Name : Ricky Kurnia

NPM 2016320059

Title : ***Design Innovation at Café Titik Sendja Coffee Shop***

Business competition in the Titik Sendja Café in Bandung has the potential to develop in accordance with the current trends, but some interior, exterior, facility, and human resource design in this Café must be considered whether it supports or not, especially in terms of innovation which is obtained from the change from input to output or can create major changes in the relationship between the use value and the price to be offered to customers or potential customers in the environment. Research will use descriptive analytical research with case study research methods by taking problem or focusing on a problem when doing research from the research result which are then processed and analyzed to draw conclusion. The data analyzed uses the innovation value chain approach and the Business Innovation Radar. The results of the study are in the form of innovations conducted at Café Titik Sendja and will be realized at the end of 2020 with the hope of making an affective innovation in emphasizing the level of innovation value chain activities, controlling ideas, developing ideas, and spreading ideas to parties within and external parties in the form of embodied factors that exist in the dimension of the Business Innovation Radar and the companies processes in getting ideas and networks between external parties, namely the innovation of adding wifi, air conditioning and air fertilation.

Keyword: innovation, innovation chain, innovation radar

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang sudah melimpahkan rahmat dan kasih Nya kepada penelitian sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Rancangan Inovasi Pada Café Titik Sendja” ini dengan baik.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat lulus didalam menempuh Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses membuat skripsi ini tentu banyak sekali pihak-pihak yang sudah terlibat dalam membantu dan memberikan semangat pada peneliti. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena selalu membimbing dan menyertai peneliti di dalam perjalannya penelitian ini karena sudah dapat menyelesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua Papih Engana dan Mamih Tjoeng Mei Tjen, untuk orang tuaku terkasih terima kasih banyak atas segala dukungannya selama ini hingga saat ini saya dapat menyelesaikan pendidikan pada jenjang sarjana.
3. Bapa Sanerya Hendrawan, Ph.D, sebagai pembimbing skripsi yang sudah mau meluangkan waktunya dan ilmunya untuk membimbing saya dari awal hingga akhir, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.

4. Seluruh sahabat-sahabat yang telah membantu dan memberi masukan di dalam Menyusun skripsi ini yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam pencapaian ini
5. Owner dari Café Titik Sendja ini yaitu Bapa Ferry Tanujaya dan juga istrinya Ibu Tjong Siu Lan yang sudah mau meluangkan waktunya untuk bersedia di wawancara dan memberikan beberapa data terkait yang dibutuhkan di dalam menyusun skripsi ini.
6. Kepada pacar saya tercinta dan saya kasihi Syerley Novany yang telah memberikan masukan dan membantu di dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Semua pihak yang tidak disebutkan,terimakasih untuk seluruh pihak yang sudah baik dari awal proses ini hingga akhir. Saya ucapkan terimakasih atas segala dukungan dalam berbagai bentuk, mohon maaf jika terjadi salah di dalam tutur kata dan perbuatan yang tidak berkenan.

Dalam menyusun skripsi ini peneliti menyadari masih ada banyak kekurangan akan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman peneliti. Oleh karena itu, peneliti membutuhkan kritik dan dasar yang bersifat membangun untuk memperbaiki kekurangan ini. Akhir kata, peneliti mengucapkan terimakasih semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan berguna bagi semua orang dimasa yang akan datang.

Bandung, 15 Mei 2020
Peneliti

Ricky Kurnia

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Identifikasi masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II	7
KERANGKA TEORI.....	7
2.1 Pengertian inovasi.....	7
2.2 Rantai Nilai Inovasi	8
2.3 Radar inovasi	9
BAB III.....	13

METODE PENELITIAN	13
3.1 Metode Penelitian	13
3.2 Jenis penelitian.....	13
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	14
3.4 Sumber data	15
3.5 Teknik analisis data	16
3.6 Operasional Variabel.....	17
3.7 Model Penelitian	19
BAB IV	20
OBJEK PENELITIAN	20
4.1 Sejarah perusahaan	20
4.2 Misi perusahaan.....	22
4.3 Visi perusahaan.....	22
4.4 Profil perusahaan	22
4.5 Aktivitas Bisnis perusahaan	33
4.6 Struktur perusahaan.....	41
BAB V.....	46
5.1 Rantai nilai Inovasi.....	47

5.2 Radar Inovasi Bisnis	55
BAB VI.....	82
KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
6.1 Kesimpulan	82
6.2 Saran	84
2. Radar Inovasi Bisnis	85
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung, Tahun 2016.....	2
Tabel 3.1 Operasional Variabel	17
Tabel 4.1 Produk Café Titik Sendja	30
Tabel 4.2 Uraian tugas jabatan yang ada pada Café Titik Sendja	41
Tabel 5.1 Produk terlaris pada Café Titik Sendja	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	5
Gambar 2.1 Jenis-jenis inovasi Bisnis	10
Gambar 3.1 Model Penelitian.....	19
Gambar 4.1 Logo Perusahaan Café Titik Sendja	23
Gambar 4.2 Minuman kopi dan Non Kopi Café Titik Sendja	25
Gambar 4.3 Makanan Ringan.....	25
Gambar 4.4 Rice Bowl dan Camilan	25
Gambar 4.5 Produk Minuman Non-Kopi	28
Gambar 4.6 Banner tegak yang berisikan informasi.....	32
Gambar 4.7 Profil Instagram Café Titik Sendja	33
Gambar 4.8 Suasana indoor dilengkapi pencahayaan lebih terang	36
Gambar 4.9 Suasana indoor dilengkapi pencahayaan lebih terang	36
Gambar 4.10 Suasana outdoor pada malam hari.....	36
Gambar 4.11 Suasana outdoor malam hari tampak depan.....	38
Gambar 4.12 Suasana outdoor malam hari tampak samping	39
Gambar 4.13 Struktur Perusahaan sebagai Kepengurusan pada Café Titik Sendja.....	40
Gambar 5.1 Rantai Nilai Inovasi (Fontana, Innovate Value Chain, 2009).....	45

Gambar 5.2 Radar Inovasi Bisnis (Fontana, 2009).....	53
Gambar 5.3 Gambar produk kopi dan non kopi Café Titik Sendja	54
Gambar 5.4 Pendingin ruangan Café Titik Sendja.....	55
Gambah 5.5 ce Mochanico Café Titik Sendja.....	55
Gambar 5.6 Pemasangan Wifi Café Titik Sendja.....	56
Gambar 5.7 Minuman Ice Mojito.....	56
Gambar 5.8 Minuman Ice Chocolate.....	56
Tabel 5.1 Produk terlaris pada Café Titik Sendja.....	59
Gambar 5.9 Social Media Café Titik Sendja, Pasundan 39	61
Gambar 5.10 Search Engine Google Café Titik Sendja, Pasundan 39 Bandung ..	61
Gambar 5.11 Suasana indoor Café Titik Sendja	65
Gambar 5.12 Outdoor Café Titik Sendja,Pasundan 39.....	65
Gambar 5.13 Outdoor tampak depan Café Titik Sendja, Pasundan 39	66
Gambar 5.15 Bar Café Titik Sendja Pasundan no 39, Bandung	67
Gambar 5.16 suasana malam hari Café Titik Sendja, Pasundan 39	68
Gambar 5.17 Logo Café Titik Sendja.....	77
Gambar 5.18 Suasana Indoor sekitar bar Café Titik Sendja.....	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pada masa sekarang ini, melihat perkembangan bisnis tepatnya pada industri makanan dan minuman, membuat sejumlah masyarakat yang ada di Indonesia mendirikan bisnisnya sendiri melihat dengan daya beli masyarakat saat ini yang tinggi dalam hal konsumsi makanan dan minuman. Menurut Salvatore (2003) dalam Dian Ariani (2014) konsumsi didefinisikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi. (Sugeng Supriyanto, 2018).

Hal ini berhubungan dengan adanya inovasi di setiap gerai yang sudah berdiri pada suatu daerah. Melihat dengan adanya peluang tersebut yang terdapat di berbagai kondisi saat ini tepatnya di Bandung sangat baik untuk mengembangkan usaha kuliner berbentuk café ataupun kedai kopi. Maka sekarang ini konsumen yang datang ke kedai maupun café kopi tidak hanya sebagai penikmat kopi saja melainkan sudah menjadi budaya tersendiri untuk nongkrong pada sebuah kedai maupun café kopi. Setiap café maupun kedai kopi mempunyai daya tariknya masing-masing dan juga ciri khas masing-masing yang ingin mereka perlihatkan. Dengan dilakukan riset sedemikian rupa banyak café makanan dan minuman yang bermunculan di Kota Bandung disesuaikan dengan minat konsumen saat ini baik dalam hal minuman dan desain tempat yang nyaman untuk mengisi waktu luang maupun melepas penat setelah beraktifitas seharian dan penggunaan social media dalam hal promosi, pemberian kesan pesan serta penyebarannya melalui media

social yang membuat bisnis café tersebut semakin hari semakin *booming*. (Pusparisa, 2019)

Dengan pertumbuhan yang sangat pesat ini membuat sejumlah pemilik kedai kopi harus melakukan inovasi di setiap gerainya terkait dengan tingkat keinginan masyarakat yang semakin hari semakin berbeda. Dalam tabel 1.1 dibawah ini Dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Bandung menyatakan bahwa tingkat pendirian usaha kafe menjadi salah satu usaha yang terbesar diikuti oleh perkembangan restoran, rumah makan, dan bar.

Tabel 1.1 Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung, Tahun 2016

Katagori	Jumlah
Restaurant	396
Rumah Makan	372
Cafe	14
Bar	13

Sumber/*Source*: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Persaingan

usaha coffee shop di Bandung ini memiliki kemungkinan besar untuk bisa maju dan berkembang sesuai dengan tren yang sekarang ada, tetapi harus diperhatikan desain mulai dari interiornya, eskteriornya, dan juga sumber daya manusia yang paling terpenting, apakah mendukung atau tidak. Dengan adanya keadaan seperti ini pengelola café shop seharusnya menuntut strategi unggul agar mampu bersaing dengan kompetisinya seperti Starbuck dan excelso coffee yang menjadi Franchise yang ada di seluruh jalan di Bandung yang menjadi contoh untuk

tolak ukur kedai kopi tersebut. Hal ini disebabkan dengan beberapa ciri khas dari kedua kedai kopi tersebut, jika starbuck identik dengan penyedia fasilitas kelas menengah ke atas, sedangkan Excelso lebih mengutamakan interior yang mewah yang membuat konsumen nyaman untuk bersantai disana. Berdirinya Kedai kopi Café Titik Sendja ini berlokasi di Jalan Pasundan no 39, Bandung. Kedai kopi ini merupakan kedai kopi pertama yang ada di Jalan tersebut dengan berkonsep kekinian / Bahasa kerennya yaitu indie. Bisa dirasakan di dalam dan diluar ruangan karena pengaruh desain yang menyesuaikan dengan tema yang sedang hits saat ini.

Hal ini dikarenakan tempat yang digunakan yaitu garasi rumah yang tidak terpakai yang didesain sedemikian rupa dan mengusung tema kekinian seakan-akan konsumen yang datang ingin dimanjakan dengan ketenangan dan suasana nyaman yang ada di Café tersebut. Café Titik Sendja ini juga menawarkan produk yang berkualitas dengan harga yang pas di kantong kebanyakan orang, tempat yang nyaman, dan juga dekat dengan lalu lalang kendaraan, sehingga konsumen tidak perlu jauh-jauh menuju tempat yang hits di Bandung untuk bersantai dan menikmati secangkir kopi.

Sebagai kedai kopi yang baru mulai muncul dan juga melakukan inovasi pada tahun 2020, dalam tujuan untuk menarik minat konsumen, mengedukasi konsumen, dan memenangkan persaingan yang ada di sekitar daerahnya Café Titik Sendja ini untuk mengetahui kelebihan dan juga kelemahan yang dimilikinya dari masing-masing aspek. Topik yang akan dibahas yaitu “Inovasi Pada Café Titik Sendja”.

1.2 Identifikasi masalah

Penelitian ini dapat membantu untuk mengidentifikasi inovasi Café Titik Sendja ini agar dapat bersaing dengan industry Coffee Shop lainnya yang ada di Kota Bandung dalam hal menciptakan sebuah inovasi yang dilakukan berdasarkan konsep rantai inovasi dan juga radar inovasi bisnis. Berdasarkan latar belakang masalah yang di bahas sebelumnya, maka saya akan menemukan rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan rantai nilai inovasi yang direkomendasikan untuk Café Titik Sendja saat ini?
2. Bagaimana penerapan radar inovasi bisnis yang akan dilakukan oleh Café titik Sendja ini?

1.3 Tujuan Penelitian

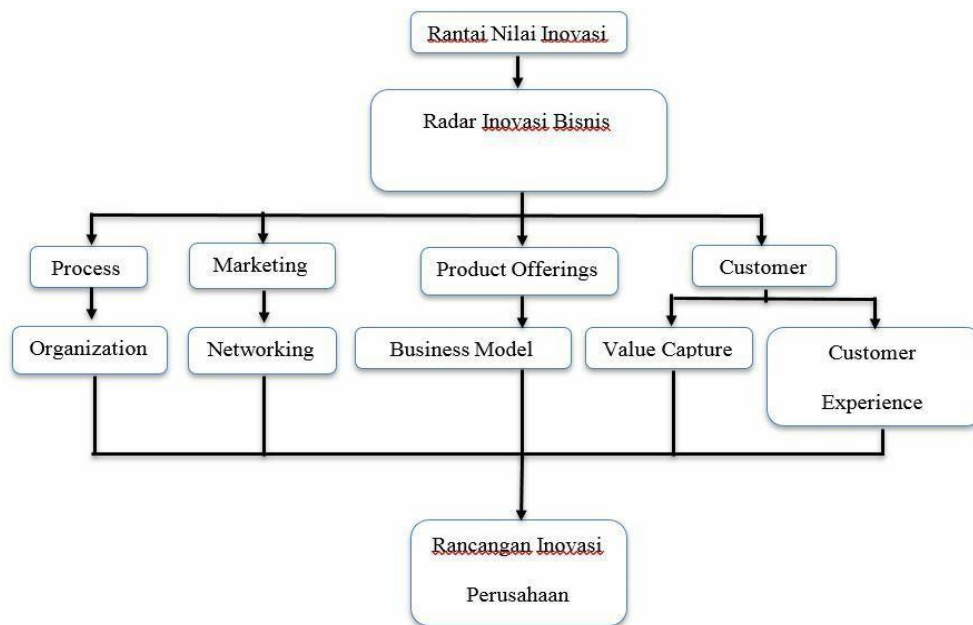
3. Mengetahui penerapan rantai nilai inovasi yang direncanakan Café Titik Sendja saat ini.
4. Mengetahui penerapan radar inovasi bisnis yang sesuai dengan keadaan saat ini

1.4 Manfaat Penelitian

1. Teori: penelitian ini dapat menjadi referensi untuk para pembaca yang akan meneliti hal-hal terkait dan wawancara mengenai inovasi, dan juga penerapan cost leadership yang telah dijalankan sebelum melakukan inovasi pada Coffee shop ini

2. Peneliti: penelitian diharapkan memberikan informasi berupa wawasan dan pengalaman khususnya dalam inovasi pada coffee shop tersebut.

1.4.1 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Dalam merumuskan sebuah inovasi di perusahaan, seperti yang diwujudkan dalam gambar kerangka pemikiran di atas – para pemangku kepentingan internal terutama pemilik hendak memperhatikan jenis-jenis inovasi yang menjadi kunci untuk membangun serta menciptakan inovasi tersebut menjadi sebuah hal yang nyata. Rantai Inovasi dan Radar Inovasi inilah yang merupakan komponen utama untuk mendukung strategi *Cost Leadership* yang sebelumnya telah dilakukan untuk mencapai keuntungan atau *Benefit* tertentu. Menurut buku “*Innovate We Can!*” karya Avanti Fontana, Inovasi merupakan keberhasilan ekonomi berkat adanya

pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi *input* menjadi *output* (teknologi) yang menghasilkan perubahan besar atau drastis dalam perbandingan antara nilai guna yang dipersepsikan oleh konsumen atas manfaat suatu produk (barang dan/atau jasa) dan harga yang ditetapkan oleh produsen. (Fontana, 2009). Oleh karena itu, terdapat langkah-langkah dalam menciptakan kesadaran terhadap Inovasi di suatu perusahaan, yaitu melalui tiga tahap rantai nilai inovasi.

- Tahap-tahap dalam analisis rantai nilai inovasi ini dapat diterapkan pada setiap upaya inovasi di tingkat individu, organisasi, dan masyarakat, yaitu penggalian ide, pengembangan ide, dan penyebaran ide. Analisis rantai nilai inovasi ini membantu pengelola atau manajer perusahaan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan inovasi perusahaan, tidak jauh beda dengan Analisis S.W.O.T. (Fontana, Innovate We Can ! Manajemen inovasi dan penciptaan nilai individu, organisasi, masyarakat, 2009)

- Selain itu, terdapat komponen lain untuk mendukung inovasi tersebut menjadi kenyataan, yaitu radar inovasi bisnis yang merupakan sasaran atau target perusahaan dalam mencapai keuntungan dari beberapa bidang, seperti model bisnis, penawaran, solusi, konsumen, pengalaman konsumen, nilai tambah alternative, proses, organisasi, rantai pasok, pasar, jejaring atau *channel*, dan merek.

- Pengembangan pilihan dimensi-dimensi inovasi bisnis dapat dipengaruhi oleh latar belakang, visi, misi, dan identitas dari perusahaan itu sendiri. (Fontana, 2009)