



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 Kubik Café

Skripsi

Oleh

Stefano Dwiki Aruman

2016320064

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 Kubik Café

Skripsi

Oleh

Stefano Dwiki Aruman

2016320064

Pembimbing

Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil.

Bandung

2020

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Stefano Dwiki Aruman
Nomor Pokok : 2016320064
Judul : Analisis Strategi Bersaing Kubik Café

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 23 Juli 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB.,M.S.E

:  ✓

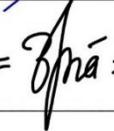
Sekretaris

Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil. :



Anggota

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : STEFANO DWIKI ARUMAN
NPM : 2016320064
Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi Bersaing Kubik Café

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, 13 Juli 2020



Stefano Dwiki A

ABSTRAK

Nama : Stefano Dwiki A

NPM : 2016320064

Judul : Analisis Strategi Bersaing Kubik Café

Kubik Café merupakan usaha yang bergerak dalam industri kuliner yang berbentuk cafe. Kubik Café berlokasi di Jalan Gempol Sari no 1 , Kota Bandung. Kubik Café menyediakan tempat nongkrong yang nyaman dengan kualitas produk yang baik tetapi dengan harga produk yang terjangkau. Tujuan dari pemilik Kubik Café mengizinkan Kubik Café menjadi objek penelitian adalah mendapatkan data riset terbaru tentang faktor eksternal dari Kubik Café, sehingga data eksternal tersebut bisa dianalisis bersama data internal dan memberikan saran strategi yang baru dan memperbaiki kekurangan dari Kubik Café guna menghadapi persaingan yang ketat di usaha café.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan jenis deskriptif analitis dengan metode studi kasus. Penelitian deskriptif analitis menjelaskan gambaran yang terperinci tentang suatu situasi atau fenomena dan menyampaikan fakta – fakta dengan jelas, teliti, dan lengkap melalui data – data yang telah dianalisis. Data – data tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis internal dan eksternal serta matriks SWOT.

Kubik Café menggunakan strategi bersaing *low cost* dalam usahanya. Menurut hasil analisis, pemilihan strategi bersaing tersebut tepat tetapi memiliki beberapa kelemahan dalam prakteknya yang perlu diperbaiki. Variasi produk yang ditawarkan perlu ditambah tetapi dengan tetap memperhatikan *cost* yang dikeluarkan yaitu dengan menggunakan bahan baku yang sama dari produk yang sudah ada. Kubik Café juga perlu membangun hubungan emosional dengan konsumen untuk mendapat pelanggan tetap sambil menginstruksikan pegawai untuk selalu menawarkan *repeat order* kepada konsumen. Kubik Café perlu meningkatkan promosi dengan memanfaatkan *food blogger* dan layanan Gofood serta Grabfood untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Kata Kunci : Cafe, Persaingan, Strategi Bersaing, Aspek Internal dan Eksternal, Matriks SWOT

ABSTRACT

Name : Stefano Dwiki A

NPM : 2016320064

Title : Kubik Café Competitive Strategy Analysis

Kubik Café is a business that is engaged in the culinary industry in the form of a cafe. Kubik Café is located at Jalan Gempol Sari no 1, Bandung City. Kubik Café provides a comfortable hangout with good quality products but at affordable product prices. The objective of the Kubik Café owner to allow Kubik Café to be the object of research is to obtain the latest research data on external factors from the Kubik Café, so that external data with internal data can be analyzed and provide new strategy suggestions and correct the shortcomings of the Kubik Café to face intense competition in the café business.

Research conducted by the author uses descriptive analytical type with case study methods. Analytical descriptive research describes a detailed picture of a situation or phenomenon and conveys the facts clearly, thoroughly, and completely through the data that has been analyzed. The data is then analyzed using internal and external analysis and the SWOT matrix.

Kubik Café uses a low cost competitive strategy in its business. According to the results of the analysis, the selection of competitive strategies is appropriate but has several weaknesses in practice that need to be corrected. The variety of products offered needs to be increased but with due regard to the costs incurred, namely by using the same raw materials from existing products. Kubik Café also needs to build emotional relationships with consumers to get regular customers while instructing employees to always offer repeat orders to consumers. Kubik Café needs to increase promotion by utilizing food bloggers and Gofood and Grabfood services to reach a wider market.

Key Words : Café, Rivalry, Competitive Strategy, Internal and External Factors, SWOT Matrix

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat serta kasih dan karunia-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga dalam penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Kubik Café” yang disusun untuk memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung dapat diselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan, bimbingan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan berkat, kasih, perlindungan serta rahmat-Nya kepada penulis agar penyusunan skripsi berjalan dengan lancar dan mampu melewati setiap hambatan.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan baik moral maupun materil dalam perkuliahan hingga selesainya penyusunan skripsi ini
3. Bapak Dr. Agus Gunawan S.Sos., B.App.Com.,MBA.,M.Phil. selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan ilmu, arahan, bimbingan serta waktunya selama pengerjaan skripsi ini.

4. Ibu Dr. Theresia Gunawan, M.M.,M.Phil. selaku dosen wali penulis selama kuliah.
5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang selalu memberikan ilmu yang bermanfaat semasa perkuliahan yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.
6. Bapak Reinhart selaku *owner* dari Kubik Café yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di Kubik Café dan telah meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara secara langsung serta berkenan memberikan informasi yang lengkap dan jelas.
7. Teman seperjuangan bimbingan Pak Agus yaitu Darren Syamputra dan Leonardo Kurniawan yang selalu bersedia berdiskusi dan memecahkan permasalahan dan melwati hambatan selama penyusunan skripsi.
8. Rekan seperjuangan bimbingan skripsi yang lain yaitu Jeremy Billian, Syerley Novany, Jeremy Krisna dan Ricky Kurnia yang juga selalu bersedia untuk melakukan diskusi dan berbagi informasi.
9. Teman semasa kuliah yaitu Darren Syamputra, Leonardo Kurniawan, Jeremy Billian, Syerley Novany, Jeremy Krisna, Ricky Kurnia, Valerio Fanama, Ignatius Henry, Albert Septhian, Marco Felix, Axzel, Gorivano, Viola Heriyanto, Agnes Benyamin, Theodora Jennifer yang telah melalui kebersamaan selama perkuliahan sampai selesainya penyusunan skripsi ini.

10. Sahabat sejak SMP sampai sekarang yaitu Nico Chandra, Terrando, Jeff Lemuel, Jovan Setiawan dan Shem Dwitama yang selalu memberikan motivasi dan dukungan selama ini.

11. Seluruh teman – teman Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis UNPAR Angkatan 2016 yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Penulis menyadari bahwa penulisan dan penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan kemampuan, ilmu dan sarana. Oleh karena itu, untuk memperbaiki kekurangan dan kelemahan tersebut, penulis membutuhkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca tulisan ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan orang banyak, khususnya bagi pihak – pihak yang terkait.

Bandung, Juni 2020

Penulis,

Stefano Dwiki A

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran	5
BAB II	8
Landasan Teori	8
2.1 Pengertian Strategi	8
2.3 Strategi Bersaing	9

2.3.1 Tiga Strategi Bersaing	10
2.4 Manajemen Strategi.....	13
2.4.1 Tahap Manajemen Strategi.....	13
2.4.2 Aspek Eksternal <i>Porter's Five Forces</i>	15
2.4.4 Aspek Internal.....	21
2.5 Analisis & Matriks SWOT.....	28
2.6 Penelitian Terdahulu.....	32
Bab III	34
Metodologi Penelitian	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Protokol Studi.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5 Sumber Data.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.7 Model Penelitian.....	42
BAB IV	44
OBJEK PENELITIAN	44

4.1	Informasi Seputar Objek Penelitian	44
4.2	Profil Kubik Café	44
4.2.1	Tujuan	45
4.2.2	Jam Operasional Kubik Café	46
4.2.3	Lokasi Kubik Café	46
4.3	Produk & Gambar Kubik Café.....	46
BAB V	57
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	57
5.1	Strategi yang Dilakukan Selama Ini	57
5.2	Strategi yang Akan Datang.....	62
5.2.1	Aspek Eksternal Kubik Café.....	62
5.2.2.1	Porter’s Five Forces	62
5.2.2	Aspek Internal Kubik Café	78
5.3	Analisis SWOT dengan SWOT matrix	101
5.3.1	Pengelompokan Hasil Analisis Eksternal yang Terdiri dari <i>Threat</i> (ancaman) dan <i>Opportunity</i> (peluang).....	101
5.3.2	Pengelompokan Hasil Analisis Internal yang Terdiri dari <i>Strength</i> (kekuatan) dan <i>Weakness</i> (kelemahan).....	105
5.3.3	SWOT Matriks	108

BAB VI	115
Kesimpulan dan Saran	115
6.1 Kesimpulan.....	115
6.2 Saran	120
Daftar Pustaka	124
Lampiran	128

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Protokol Studi	37
Tabel 4.1 Menu Kubik Cafe.....	49
Tabel 5.1 Café di Jalan Gempol Sari dengan range harga serupa.....	68
Table 5.2 Café yang memiliki brand.....	69
Tabel 5.3 Daftar produk pengganti	75
Tabel 5.4 Range harga café.....	84
Tabel 5.5 SWOT Matriks	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah restoran dan café di Kota Bandung	2
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran.....	7
Gambar 2.1 Porter’s Five Forces Model.....	16
Gambar 3.1 Model Penelitian	43
Gambar 4.1 Logo Kubik Café.....	45
Gambar 4.2 Menu Kubik Café.....	47
Gambar 4.3 Es Kopi Kubik.....	50
Gambar 4.4 Ice Dark Chocolate.....	50
Gambar 4.5 Es Kopi Kubik.....	51
Gambar 4.6 Genmaicha.....	51
Gambar 4.7 Nasi Ayam Geprek	52
Gambar 4.8 Rice Bowl Sapi Teriyaki	52
Gambar 4.9 Roti Bakar Single Asin.....	53
Gambar 4.10 Nasi Goreng Oriental + Telur	53
Gambar 4.11 Nasi Goreng Cikur + Telur	54
Gambar 4.12 Indomie Goreng Telur.....	54
Gambar 4.13 Ruangan Indoor Kubik Café	55
Gambar 4.14 Ruangan outdoor Kubik Café.....	55
Gambar 4.15 Tempat Pembuatan Kopi.....	56
Gambar 5.1 Tagline di Instagram Kubik Café.....	59

Gambar 5.2 Tagline di Depan Kubik Café	60
Gambar 5.3 Alur Kubik Café menciptakan Strategi Bersaing	61
Gambar 5.4 Jumlah café dan resto Kota Bandung	63
Gambar 5.5 alasan konsumen ke café	65
Gambar 5.6 pertimbangan konsumen datang ke café	67
Gambar 5.7 Menu Terminal Coffe.....	70
Gambar 5.8 Menu Starbucks.....	70
Gambar 5.9 Menu The Coffe Bean & Tea Leaf.....	71
Gambar 5.10 Menu Chatime	71
Gambar 5.11 Kualitas produk Kubik Café.....	80
Gambar 5.12 Presentase Konsumen Kubik Café tentang Variasi Produk	81
Gambar 5.13 Presentase Calon konsumen Kubik Café tentang Variasi Produk.....	81
Gambar 5.14 Presentase range harga yang diharapkan konsumen café.....	82
Gambar 5.15 Presentase Kesesuaian harga Konsumen Kubik Café	83
Gambar 5.16 Presentase Kesesuaian Harga Calon Konsumen Kubik Café.....	83
Gambar 5.17 sumber konsumen tahu Kubik Café	89
Gambar 5.18 Tampilan Instagram Kubik Café	89
Gambar 5.19 Tampilan Facebook Kubik Café	90
Gambar 5.20 Diagram BPMN fungsi pemasaran	90
Gambar 5.21 Diagram BPMN fungsi MSDM	93
Gambar 5.22 Presentase Konsumen Kubik Café Mengenai Kenyamanan Tempat....	95
Gambar 5.23 BPMN controlling bahan baku.....	96

Gambar 5.24 BPMN sistem pemesanan..... 97

Gambar 5.25 BPMN fungsi keuangan 100

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang ini, pertumbuhan penduduk di Indonesia berkembang semakin pesat. Pada pencatatan terakhir pada tahun 2015, Indonesia tercatat memiliki penduduk sebanyak 238.518.000 jiwa. (Gischa, 2020) Jumlah penduduk Indonesia yang berada dalam usia produktif (15-64 tahun) adalah sebesar 122.791.441 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2019).Tentunya dalam usia produktif, banyak orang yang memanfaatkan waktunya untuk berkumpul bersama teman maupun rekan kerja ataupun untuk menenangkan pikiran setelah lelahnya bekerja, sekolah atau kuliah sehari – harinya. Di jaman modern seperti sekarang ini, banyak orang dengan usia produktif tersebut memilih tempat yang nyaman dan bisa bersantai yang dinilai efektif dan efisien. Oleh karena itu sekarang ini, banyak orang yang memanfaatkan situasi tersebut untuk membuka bisnis yang menyediakan tempat untuk bertemu teman, rekan kerja atau bersantai, seperti *coffe shop* atau *café* yang menjadi *favorite* banyak orang sekarang ini.

Banyaknya orang yang melihat peluang usaha ini semakin meningkatkan persaingan bisnis *café* atau *coffe shop*. Dapat kita lihat bahwa jumlah bisnis *café* atau *coffe shop* semakin banyak terutama di kota – kota besar seperti Bandung. Bandung yang terkenal akan wisata kuliner dan kreativitas nya tentu menjadi potensi besar bagi para pelaku usaha bisnis kuliner khususnya *café* atau *coffe shop*. Hal ini dibuktikan dari

data grafik yang diperoleh penulis tentang jumlah café dan restoran di Kota Bandung yang semakin banyak setiap tahunnya sebagai berikut :



Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah restoran dan café di Kota Bandung

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung

Selain itu, jumlah mahasiswa yang cukup banyak di Bandung dikarenakan banyaknya universitas favorit di kota Bandung menjadikan bisnis *café* atau *coffe shop* banyak diminati sebagai tempat berkumpul atau mengerjakan tugas.

Gaya hidup atau *trend* orang – orang pada jaman sekarang juga mempengaruhi pesatnya perkembangan jumlah *café* di Bandung. Orang – orang jaman sekarang lebih senang untuk berkumpul atau mengerjakan tugasnya di *café* atau *coffe shop* dibandingkan di tempat lain. Banyak orang yang gemar untuk berfoto – foto di *café* atau *coffe shop* lalu mengunggahnya di media sosial masing – masing membuat promosi dari *café* atau *coffe shop* tersebut semakin luas.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peluang dari bisnis *café* atau *coffe shop* merupakan bisnis yang menjanjikan dan akan membuat persaingan usaha *café* atau *coffe shop* semakin ketat sehingga memerlukan strategi yang baik untuk bersaing di bisnis tersebut. *Café* yang dapat menyediakan keinginan konsumen *café* seperti kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau serta fasilitas dari *café* yang nyaman dan lengkap akan memberikan keunggulan yang lebih dibandingkan kompetitor lain. Menurut hasil wawancara dengan *owner* Kubik *Café*, mengatakan bahwa ia ingin Kubik *Café* bisa bersaing di tengah persaingan yang ketat di bisnis kuliner khususnya *café*. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk membantu perusahaan dalam menyusun strategi dan memberikan saran yang efektif untuk menghadapi persaingan yang ketat tersebut. Dengan demikian penelitian ini berjudul **“Analisis Strategi Bersaing Kubik *Café* “**

1.2 Identifikasi Masalah

Kubik *Café* merupakan *café* yang ada di Kota Bandung yang terletak di Jl. Gempol Sari No.1, Melong, Kec. Cimahi Selatan., Kota Bandung, Jawa Barat. Banyaknya pesaing yang membuka bisnis *café* di Kota Bandung membuat Kubik *Café* memerlukan strategi yang tepat dan efektif demi bersaing dan bertahan di bisnis tersebut. Selain itu, banyaknya *café* baru yang bermunculan di Kota Bandung juga menjadikan ancaman bagi Kubik *Café* dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, penulis akan membantu Kubik *Café* dalam menyusun strategi yang tepat dan efektif serta mengembangkannya sesuai dengan perkembangan *trend* *café* yang ada pada saat ini.

Maka dari itu, berikut adalah rumusan masalah yang digunakan untuk penelitian *Kubik Café* :

1. Strategi apa yang digunakan oleh Kubik Café selama ini ?
2. Apa saja pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap Kubik Café ?
3. Bagaimana strategi yang tepat untuk digunakan oleh Kubik Café untuk menghadapi persaingan yang ketat ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui strategi yang digunakan oleh Kubik Café pada saat ini.
2. Menganalisis pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap bisnis Kubik Café.
3. Menganalisis dan mengetahui strategi yang tepat untuk digunakan oleh Kubik Café dalam bersaing di tengah persaingan yang ketat.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka diharapkan manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan peneliti dalam menentukan strategi yang tepat dan efektif sehingga dapat bersaing dengan pesaing serta

mengembangkan bisnis. Penelitian ini juga digunakan untuk menambah dan mamahami lebih luas pengetahuannya. Selain itu, penelitian ini juga adalah salah satu alat kelulusan dari Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan.

2. Bagi *Kubik Café*

Penelitian ini diharapkan dapat membantu *Kubik Café* menerapkan strategi yang telah disusun secara tepat dan efektif dalam waktu yang panjang serta menjadi bahan evaluasi untuk kinerja perusahaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

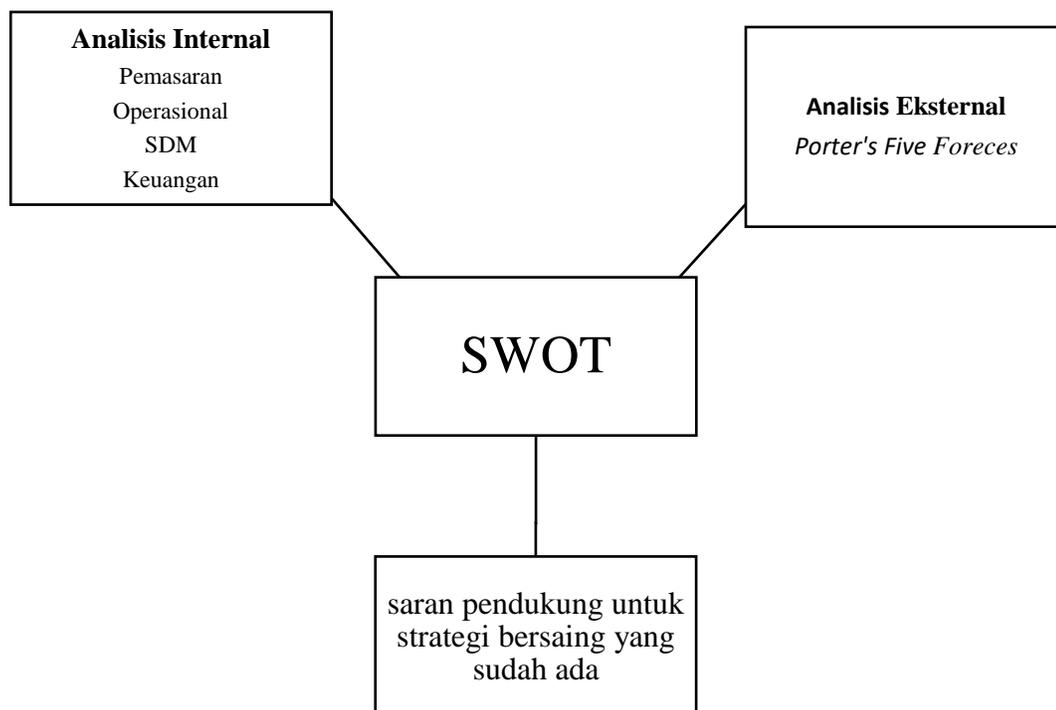
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang ingin meneliti penelitian sejenis.

1.5 Kerangka Pemikiran

Sebelum melakukan proses perencanaan strategi untuk *Kubik Café*, penulis melakukan analisis terlebih dahulu. Analisis yang digunakan adalah analisis lingkungan internal dan eksternal. Analisis lingkungan internal berguna untuk melihat kekuatan dan kelemahan dari usaha yang diteliti yang selanjutnya dapat digunakan untuk membantu proses pengembangan usaha kedepannya. Analisis lingkungan eksternal dapat melihat ancaman dan peluang sehingga bermanfaat dalam menentukan strategi usaha kedepannya. Jika kedua hal tersebut dapat disusun secara optimal, maka akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu, pemahaman yang baik diperlukan sehingga akan mendapatkan strategi bersaing yang tepat.

Analisis internal yang digunakan akan berhubungan dengan 4 fungsi bisnis dari usaha, yaitu pemasaran, SDM, operasional dan keuangan. Sedangkan untuk analisis eksternal, penelitian menggunakan teori dari *Porter Five Forces* yang terdiri dari *Bargaining Power of Buyers, Bargaining Power of Suppliers, Threat of Substitute Products, Threat of New Entrants, Rivalry Among Existing Competitors*. Analisis eksternal menggunakan Porter Five Forces ini dapat mengetahui dimana posisi persaingan yang ada pada saat ini sehingga dapat digunakan dalam menyusun strategi untuk menghadapi persaingan yang ada.

Dari analisis internal dan eksternal yang telah diuraikan diatas, maka akan menghasilkan rancangan strategi yang tepat dan efektif serta membantu menyusun strategi yang dapat membantu perusahaan bersaing dalam persaingan yang ketat.



Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran