



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 Pertumbuhan Bisnis Vitamin Sea Bandung

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Putri Gustiawati

2016320095

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 Pertumbuhan Bisnis Vitamin Sea Bandung

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Putri Gustiawati

2016320095

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2020

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Putri Gustiawati
Nomor Pokok : 2016320095
Judul : Analisis Pertumbuhan Bisnis Vitamin Sea Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 07 Juli 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

: 

Sekretaris

Sanerya Hendrawan, Ph.D.


= Orpha =

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 : Putri Gustiawati

NPM : 2016320095

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Pertumbuhan Bisnis Vitamin Sea Bandung

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 aturan 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, 14 Mei 2020

METERAI
TEMPEL
82BBE4HF406556944
6000
Putri Gustiawati



ABSTRAK

Nama : Putri Gustiawati

NPM : 2016320095

Judul : Analisis Pertumbuhan Bisnis Vitamin Sea Bandung

Era globalisasi pada saat ini merupakan salah satu penyebab terjadinya peningkatan dalam jumlah pelaku bisnis. Akibat peningkatan tersebut, maka tingkat persaingan semakin meningkat sehingga pelaku bisnis harus melaksanakan pertumbuhan pada bisnisnya agar tidak kalah dalam persaingan. Salah satu pelaku bisnis tersebut adalah Vitamin Sea yang merupakan bisnis kuliner *seafood* dengan konsep *rooftop* cafe kekinian yang berbeda dengan pesaingnya.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif eksploratif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus dengan mencari faktor pendorong pertumbuhan bisnis menggunakan analisis *value chain*, lima kekuatan Porter, dan PESTLE, analisis diferensiasi, penentuan potensi pertumbuhan dan proyeksi pertumbuhan menggunakan *growth rate*, dan langkah strategis dalam menghadapi persaingan agar terjadi *sustainable growth* menggunakan analisis SWOT, matriks SWOT, IFE dan EFE matriks, dan penentuan strategi sesuai dengan posisi bisnis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Vitamin Sea memiliki faktor pendorong pertumbuhan internal dan faktor pendorong pertumbuhan eksternal bisnis, terdapat diferensiasi produk dan diferensiasi layanan yang ditawarkan Vitamin Sea yang dijabarkan berdasarkan masing-masing konten dan konteksnya, terdapat potensi internal dan potensi eksternal pertumbuhan bisnis serta proyeksi pertumbuhan penjualan yang ditentukan berdasarkan *growth rate* sebagai pengukur keberhasilan realisasi potensi tersebut, dan langkah strategis berdasarkan IFE dan EFE matriks yang menunjukkan bahwa Vitamin Sea berada pada posisi *growth and build* yang memerlukan strategi intensif dan strategi integrasi yang sesuai dengan hasil analisis dan matriks SWOT untuk mendorong pertumbuhan bisnis Vitamin Sea.

Kata kunci: pertumbuhan bisnis, *value chain*, lima kekuatan Porter, PESTLE, diferensiasi, potensi, *growth rate*, SWOT, IFE dan EFE matriks, posisi bisnis.

ABSTRACT

Name : Putri Gustiawati

NPM : 2016320095

Title : *Business Growth Analysis of Vitamin Sea Bandung*

The globalization era that happens nowadays is one of the causes of the increase of business players. This increase causes a tighter level of competitiveness so that the business players should make growth to the business in order to survive in business rivalry. One of the business players is Vitamin Sea that focuses in seafood with different rooftop cafe concept from its competitors.

This research is an exploratory descriptive study with the case study research method by looking for business growth factors using value chain analysis, Porter's five forces, and PESTLE, differentiation analysis, growth potential and growth projections determination using growth rates, and strategic steps in dealing with competition to achieve sustainable growth using the SWOT analysis, SWOT matrix, IFE and EFE matrix, and strategy determination corresponding to the business position.

This research shows that Vitamin Sea has internal and external business growth factors, product differentiation and service differentiation offered by Sea Vitamin which are described according to each content and context. This research also shows the internal and external potentials for business growth and projected growth sales based on growth rate as the measure of the success of the potential realization, and strategic steps based on the IFE and EFE matrix that portray that Vitamin Sea is in growth and build position that requires intensive strategies and integration strategies based on the results of the analysis and the SWOT matrix to drive the growth of Vitamin Sea business.

Keywords: business growth, value chain, Porter's five strengths, PESTLE, differentiation, potential, growth rate, SWOT, IFE and EFE matrix, business position.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Kasih karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pertumbuhan Bisnis Vitamin Sea Bandung”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan. Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik jika tidak ada bimbingan, bantuan, restu, doa serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
4. Kedua orang tua, dan adik penulis yang terkasih yang memberikan bimbingan, semangat, restu, dan doa dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
5. Kepada seluruh keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi, khususnya Randi Sunardi, Adrianus Adi

Rustama, Felisitas Sri Avianty, Maria Martina Sulastri, Regina Septi Dwi, Geralda Stella Amora, Gregorius Gingin, Aldi Rachmat Subagja, Supriyadi Sudrajat Sumawinata, Widi Nawangsih, Irma Permatasari, dan Aemelia Aquilia.

6. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan kepada penulis, khususnya Bapak Dr. Agus Gunawan selaku dosen wali penulis, Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si., Bapak Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB., dan Ibu Dian Sadeli, S.E., M.Ak.
7. Kepada Bapak Basuni selaku Manajer Vitamin Sea dan seluruh pihak Vitamin Sea yang telah mengizinkan dan membantu penulis untuk melakukan penelitian di perusahaannya.
8. Kepada *support system* yaitu Stefanus Diego Pramesti, Maria Chrisa Kusumawandani, Valentina Kurnianti, Agustina Kurniati Rahayu, Febby Agustina, Gerardine Emeraldia, Patricia Margaretha, Agustina Christiani, Mia Rosalina, Christine, Noviana Indah Sari, Laurensius Hernando, Sebastian Alan Mauris, Bernardinus Andrian, Nursyifa Putri, Natalia Grace Fransiska, Wenny Febrianty, Meivianda Dwi, Nabila Mutiara, Putri Nurdhita, Mutiara Novita, Shaee Mahallany, dan teman-teman sekalian yang telah memberikan dukungan dan semangat pada penulis.
9. Seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2016 yang telah bersama-sama berjuang dan belajar dari awal perkuliahan dimulai.

10. Kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam membantu penyelesaian penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan karena keterbatasan dalam sarana, pengalaman, dan kemampuan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis bersikap terbuka terhadap kritik dan saran dalam penelitian ini. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, 14 Mei 2020

Penulis

Putri Gustiawati

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| ABSTRAK | i |
| <i>ABSTRACT</i> | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 7 |
| 1.5 Kerangka Pemikiran | 8 |
| BAB 2 KERANGKA TEORI..... | 10 |
| 2.1 Definisi Strategi..... | 10 |
| 2.2 Manajemen Strategi | 10 |
| 2.3 Faktor Internal | 11 |
| 2.3.1 Resource Based Theory | 11 |
| 2.3.2 Analisis Lingkungan Internal | 12 |
| 2.3.2.1 <i>Resource</i> | 12 |
| 2.3.2.2 <i>Capability</i> | 13 |
| 2.3.2.3 <i>Core Competences</i> | 14 |
| 2.3.3 Analisis Rantai Nilai | 15 |
| 2.3.3.1 Kegiatan Utama (<i>Primary Activity</i>)..... | 15 |
| 2.3.3.2 Kegiatan Bantuan (<i>Support Activity</i>)..... | 16 |
| 2.4 Faktor Eksternal..... | 17 |
| 2.4.1 Structural Theory..... | 17 |

| | | |
|--------------------------------------|--|-----------|
| 2.4.2 | Model Lima Kekuatan Porter | 18 |
| 2.4.3 | PESTLE | 22 |
| 2.5 | Diferensiasi..... | 24 |
| 2.5.1 | Diferensiasi Produk | 24 |
| 2.5.2 | Diferensiasi Layanan | 24 |
| 2.5.3 | Tiga Dimensi Diferensiasi | 24 |
| 2.5.3.1 | Konten..... | 25 |
| 2.5.3.2 | Konteks | 25 |
| 2.5.3.3 | Infrastruktur..... | 25 |
| 2.6 | Growth Rate | 25 |
| 2.6.1 | Jenis Perhitungan Pertumbuhan | 26 |
| 2.6.2 | Rumus <i>Growth Rate</i> | 27 |
| 2.7 | Perumusan Strategis..... | 28 |
| 2.7.1 | Analisis SWOT..... | 28 |
| 2.7.1.1 | Matriks SWOT..... | 29 |
| 2.7.1.2 | Matriks IFE | 31 |
| 2.7.1.3 | Matriks EFE | 32 |
| 2.7.8 | Analisis Data untuk Mengetahui Posisi Bisnis | 34 |
| 2.7.9 | Penelitian Terdahulu | 35 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | | 38 |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 38 |
| 3.2 | Metode Penelitian | 38 |
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data | 38 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data | 40 |
| BAB 4 PROFIL PERUSAHAAN | | 43 |
| 4.1 | Sejarah Perusahaan | 43 |
| 4.2 | Visi, Misi, dan Prinsip Perusahaan | 45 |
| 4.3 | Struktur Organisasi Perusahaan..... | 46 |

| | | |
|-----------------------|---|-----|
| 4.4 | Jam Operasional Perusahaan | 51 |
| 4.5 | Value Chain Perusahaan | 52 |
| 4.6 | Produk Perusahaan..... | 55 |
| BAB 5 PEMBAHASAN..... | | 57 |
| 5.1 | Growth Factor..... | 61 |
| 5.1.1 | Internal Growth Factor..... | 61 |
| 5.1.1.1 | Value Chain Analysis | 62 |
| 5.1.2 | Eksternal Growth Factor | 69 |
| 5.1.2.1 | Analisis Lima Kekuatan Porter | 69 |
| 5.1.2.2 | Analisis PESTLE..... | 75 |
| 5.2 | Diferensiasi Vitamin Sea | 82 |
| 5.2.1 | Diferensiasi Produk | 82 |
| 5.2.1.1 | Konten | 82 |
| 5.2.1.2 | Konteks..... | 84 |
| 5.2.1.2 | Infrastruktur | 85 |
| 5.2.2 | Diferensiasi Layanan | 85 |
| 5.2.2.1 | Konten | 85 |
| 5.2.2.2 | Konteks..... | 85 |
| 5.2.2.3 | Infrastuktur | 86 |
| 5.3 | Potensi Pertumbuhan | 88 |
| 5.4 | Langkah Strategis untuk Menciptakan <i>Sustainable Growth</i> | 95 |
| 5.4.1 | Analisis SWOT | 95 |
| 5.4.2 | Matriks SWOT | 104 |
| 5.4.3 | Matriks IFE | 108 |
| 5.4.4 | Matriks EFE | 110 |
| 5.4.5 | Hasil Pembobotan Posisi Bisnis Vitamin Sea | 111 |
| 5.4.6 | Posisi <i>Growth and Build</i> Vitamin Sea | 112 |
| 5.4.7 | Strategi berdasarkan Posisi Bisnis Vitamin Sea..... | 113 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN | 116 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 116 |
| 6.2 Saran | 122 |
| DAFTAR PUSTAKA | 124 |
| LAMPIRAN | 126 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 1. 1 Jumlah Rumah Makan di Kota Bandung | 1 |
| Tabel 1.2 Data Jumlah Tagihan Penjualan Vitamin Sea | 3 |
| | |
| Tabel 2.1 Matriks SWOT | 30 |
| Tabel 2.2 IFE Matriks | 32 |
| Tabel 2.3 EFE Matriks | 33 |
| Tabel 2.4 Hasil Pembobotan IFE dan EFE Matriks | 34 |
| Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu | 35 |
| | |
| Tabel 5.1 Data Jumlah Tagihan Penjualan Vitamin Sea Agustus 2019-Januari 2020 | 58 |
| Tabel 5.2 Persentase Pertumbuhan Penjualan Vitamin Sea Periode Operasional 2016-2019 | 59 |
| Tabel 5.3 Persentase Pertumbuhan Penjualan Vitamin Sea Periode Operasional 2016-2019 | 90 |
| Tabel 5.4 Matriks SWOT Vitamin Sea | 104 |
| Tabel 5.5 Matriks IFE Vitamin Sea | 109 |
| Tabel 5.6 Matriks EFE Vitamin Sea | 110 |
| Tabel 5.7 Hasil Pembobotan Posisi Bisnis Vitamin Sea | 111 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Tagihan Penjualan Vitamin Sea Agustus 2019-Januari 2020..... | 4 |
| Gambar 1. 2 Grafik Penjualan Vitamin Sea Periode Operasional 2016-2019..... | 4 |
| Gambar 1. 3 Kerangka Penelitian | 9 |
| | |
| Gambar 2.1 Model Lima Kekuatan Porter | 18 |
| Gambar 2.2 PESTLE..... | 22 |
| | |
| Gambar 4.1 Logo Vitamin Sea | 43 |
| Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Vitamin Sea..... | 46 |
| Gambar 4.3 Value Chain Vitamin Sea | 52 |
| Gambar 4.4 Produk Vitamin Sea | 56 |
| | |
| Gambar 5.1 Jumlah Tagihan Penjualan Vitamin Sea Agustus 2019-Januari 2020..... | 59 |
| Gambar 5. 2 Grafik Penjualan Vitamin Sea Periode Operasional 2016-2019..... | 60 |
| Gambar 5.3 Value Chain Vitamin Sea | 62 |
| Gambar 5.4 Model Lima Kekuatan Porter | 70 |
| Gambar 5.5 PESTLE..... | 75 |
| Gambar 5.6 Contoh Promosi Instagram Vitamin Sea | 76 |
| Gambar 5.7 Grafik Penjualan Vitamin Sea Periode Operasional 2016-2019..... | 91 |
| Gambar 5.8 Proyeksi Pertumbuhan Penjualan dengan Growth Rate 6% | 92 |
| Gambar 5. 9 Proyeksi Pertumbuhan Penjualan Setelah Pandemi | 93 |
| Gambar 5. 10 Perbandingan Proyeksi Sebelum dan Setelah Terjadinya Pandemi | 94 |
| Gambar 5.11 Rooftop Vitamin Sea..... | 98 |
| Gambar 5.12 Tampilan Instagram Vitamin Sea..... | 99 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi yang terjadi pada saat ini menyebabkan terjadinya peningkatan dalam pelaku berbagai jenis bisnis, salah satunya adalah bisnis kuliner. Oleh karena terjadinya peningkatan dalam bisnis kuliner tersebut, timbul persaingan yang ketat pada para pebisnis kuliner. Persaingan ini membuat para pebisnis kuliner berkeinginan untuk menguasai pasar dengan berbagai cara, seperti melakukan inovasi pada produk sehingga dapat memunculkan daya tarik konsumen, melakukan perumusan berbagai macam strategi bersaing, dan berbagai cara lainnya.

Persaingan bisnis kuliner ini juga terjadi Kota Bandung yang merupakan salah satu kota dengan sebutan “Surga Kuliner” di Indonesia. Hal ini terbukti dengan adanya data jumlah tempat makan atau restoran di Kota Bandung dengan total 795 rumah makan.

Tabel 1. 1 Jumlah Rumah Makan di Kota Bandung

| Jumlah Rumah Makan di Kota Bandung | |
|------------------------------------|-----|
| Restoran | 396 |
| Rumah Makan | 372 |
| Cafe | 14 |
| <i>Bar</i> | 13 |

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Persaingan yang terjadi dalam seluruh jenis bisnis, baik barang atau jasa, menurut Porter (1959) dipengaruhi oleh lima faktor yaitu: ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, ancaman pesaing, daya tawar pemasok, dan daya tawar konsumen. Kelima faktor ini perlu diperhatikan oleh pebisnis dalam menyusun suatu strategi bersaing.

Strategi bersaing merupakan upaya untuk mengetahui posisi yang menguntungkan untuk perusahaan yang dapat dijadikan indikator keunggulan pada suatu perusahaan. Strategi ini bertujuan untuk menunjukkan posisi perusahaan dalam persaingan dan membantu perusahaan agar dapat lebih unggul daripada pesaing yang berada pada jenis bisnis atau industri yang sejenis.

Menurut Michael Porter (1959), terdapat tiga jenis strategi yaitu: *cost leadership strategy* yang merupakan upaya yang dirancang untuk menghasilkan produk dengan harga yang relatif paling rendah dibandingkan dengan pesaingnya, *differentiation strategy* atau strategi diferensiasi yang dirancang untuk membentuk kualitas, inovasi, *brand image*, dan pelayanan yang berbeda dibanding pesaing, dan *focus strategy* atau strategi fokus yang dirancang dengan upaya memproduksi produk atau jasa tertentu yang merupakan suatu kebutuhan dari sebuah segmen pasar yang spesifik.

Vitamin Sea merupakan bisnis di bidang kuliner dengan masakan *seafood* dalam bentuk cafe dengan harga makanan dan minuman yang relatif murah, pilihan menu yang unik yang menghadirkan sajian *seafood* dengan saus dan pilihan yang beragam, dan desain cafe dengan konsep *rooftop* semi *outdoor* yang

menyuguhkan pemandangan Kota Bandung dari dataran tinggi yang beralamat di Jalan Raya Golf Dago No. 1, Dago, Kecamatan Coblong Kota Bandung, Jawa Barat yang berdiri pada tahun 2016.

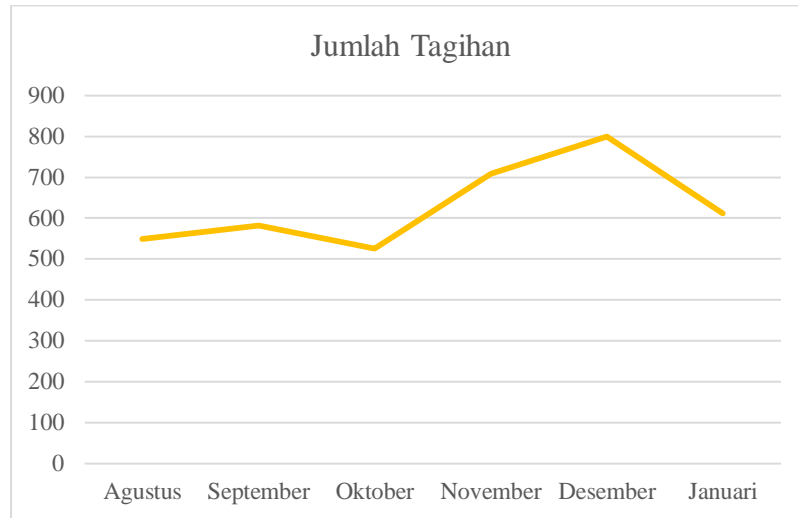
Vitamin Sea masuk dalam persaingan yang ketat pada industri cafe di Kota Bandung. Oleh karena masuk ke dalam persaingan tersebut, Vitamin sea harus dapat merancang dan melaksanakan analisis pertumbuhan bisnis agar dapat mempertahankan posisinya dalam persaingan.

Seperti bisnis pada umumnya, penjualan yang dialami oleh Vitamin Sea terkadang mengalami pasang dan surut. Hal ini didukung dengan adanya penambahan dan pengurangan dalam jumlah Tagihan penjualan Vitamin Sea setiap bulannya. Berikut merupakan penjabaran jumlah Tagihan penjualan dari bulan Agustus 2019 hingga bulan Januari 2020.

Tabel 1.2 Data Jumlah Tagihan Penjualan Vitamin Sea

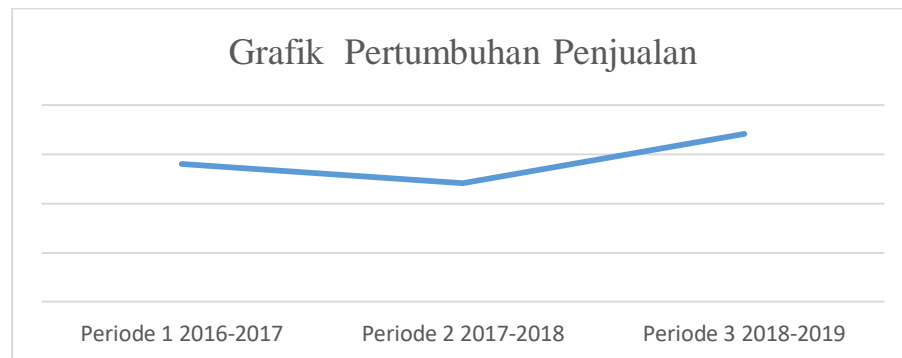
| Data Jumlah Tagihan Penjualan | | | |
|-------------------------------|-----------------|-------|----------------|
| No | Bulan Transaksi | Tahun | Jumlah Tagihan |
| 1 | Agustus | 2019 | 549 |
| 2 | September | 2019 | 582 |
| 3 | Oktober | 2019 | 526 |
| 4 | November | 2019 | 708 |
| 5 | Desember | 2019 | 800 |
| 6 | Januari | 2020 | 612 |

Berdasarkan tabel data penjualan di atas, berikut merupakan grafik pertumbuhan penjualan berdasarkan jumlah Tagihan pada cafe Vitamin Sea:



Gambar 1.1 Jumlah Tagihan Penjualan Vitamin Sea Agustus 2019-Januari 2020

Berdasarkan grafik di atas, terlihat jelas bahwa Vitamin Sea mengalami peningkatan maupun penurunan dalam penjualan sehingga belum terjadi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.



Gambar 1. 2 Grafik Penjualan Vitamin Sea Periode Operasional 2016-2019

Selain jumlah tagihan penjualan oleh konsumen, terdapat grafik yang naik turun berdasarkan data penjualan yang semakin menurun per tahunnya dari tahun Juli-Juni 2016, 2017, 2018, dan 2019 yang dipaparkan pada Bab 5 Pembahasan.

Berdasarkan data jumlah tagihan penjualan dan data nominal penjualan per tahun pada tahun 2017-2019 di atas, menyebabkan pihak Vitamin Sea menganalisis posisi bisnis yang berada pada posisi *grow and build* yang mengharapkan cafe ini dapat tumbuh dan berkembang agar menjadi cafe yang lebih baik. Posisi *grow and build* ini dipengaruhi oleh berbagai faktor. Misalnya berupa faktor *market* yang menjadi target penjualan produk yang dapat dinikmati oleh seluruh kalangan masyarakat yang menjadi konsumen, faktor produk yang ditawarkan yaitu makanan jenis *seafood* yang jarang ditawarkan di daerah Dago Kota Bandung, hingga faktor lokasi yang strategis yaitu di dekat pusat Kota Bandung dengan menyuguhkan *view* Kota Bandung dari daerah Dago, dan faktor-faktor lainnya. Faktor-faktor tersebut dikelompokkan menjadi dua faktor utama yaitu faktor internal dan faktor eksternal bisnis yang berkaitan satu dengan yang lainnya pada bisnis Vitamin Sea.

Oleh karena itu, Vitamin Sea memerlukan analisis pertumbuhan bisnis dengan tujuan untuk mengetahui dan mengelompokkan faktor-faktor pendukung pertumbuhan Vitamin Sea menjadi faktor internal dan faktor eksternal sehingga menciptakan pertumbuhan pada bisnis dengan tujuan akhir agar dapat menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan atau *sustainable growth*, sehingga dapat meningkatkan kemampuan Vitamin Sea dalam persaingan bisnis cafe di Kota Bandung berdasarkan potensi-potensi pertumbuhan bisnis yang dimiliki oleh Vitamin Sea sendiri.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul:

“Analisis Pertumbuhan Bisnis Vitamin Sea Bandung”.

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk mengkaji masalah strategi yang diterapkan oleh perusahaan, maka penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

- Apa saja faktor-faktor yang menjadi pendorong pertumbuhan bisnis Vitamin Sea?
- Apa diferensiasi yang dimiliki oleh Vitamin Sea untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat pada industri cafe di Kota Bandung?
- Dimana potensi-potensi Vitamin Sea dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang sehingga terjadi *sustainable growth*?
- Bagaimana langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan atau menciptakan *sustainable growth* Vitamin Sea agar lebih baik lagi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- Mengetahui faktor-faktor yang menjadi pendorong pertumbuhan bisnis Vitamin Sea.

- Mengetahui diferensiasi yang dimiliki Vitamin Sea untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat pada industri cafe di Kota Bandung.
- Mengetahui potensi-potensi pertumbuhan yang tepat dilakukan oleh Vitamin Sea dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang sehingga terjadi *sustainable growth*.
- Mengetahui dan memahami langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan atau menciptakan *sustainable growth* Vitamin Sea agar lebih baik lagi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masing-masing pihak yang terlibat dalam proses penulisan karya tulis skripsi ini yang adalah sebagai berikut:

- Penulis:

Karya tulis ini diharapkan dapat memperluas wawasan terkait analisis pertumbuhan bisnis pada salah satu bisnis kuliner di Kota Bandung, dapat secara langsung belajar untuk berinteraksi, dan berelasi dengan pihak yang dijadikan sebagai objek penelitian yang bermanfaat bagi masa depan.

- Vitamin Sea:

Karya tulis ini diharapkan menjadi referensi, masukan dan saran yang berguna untuk menganalisis pertumbuhan bisnis Vitamin Sea Bandung dalam menghadapi persaingan bisnis cafe yang ketat di Kota Bandung.

- Pembaca:

Karya tulis ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan wawasan dan referensi terkait analisis pertumbuhan bisnis yang dilaksanakan pada bisnis cafe Vitamin Sea Bandung, persaingan industri cafe di Kota Bandung, dan analisis pertumbuhan bisnis dengan jenis bisnis selain bisnis cafe.

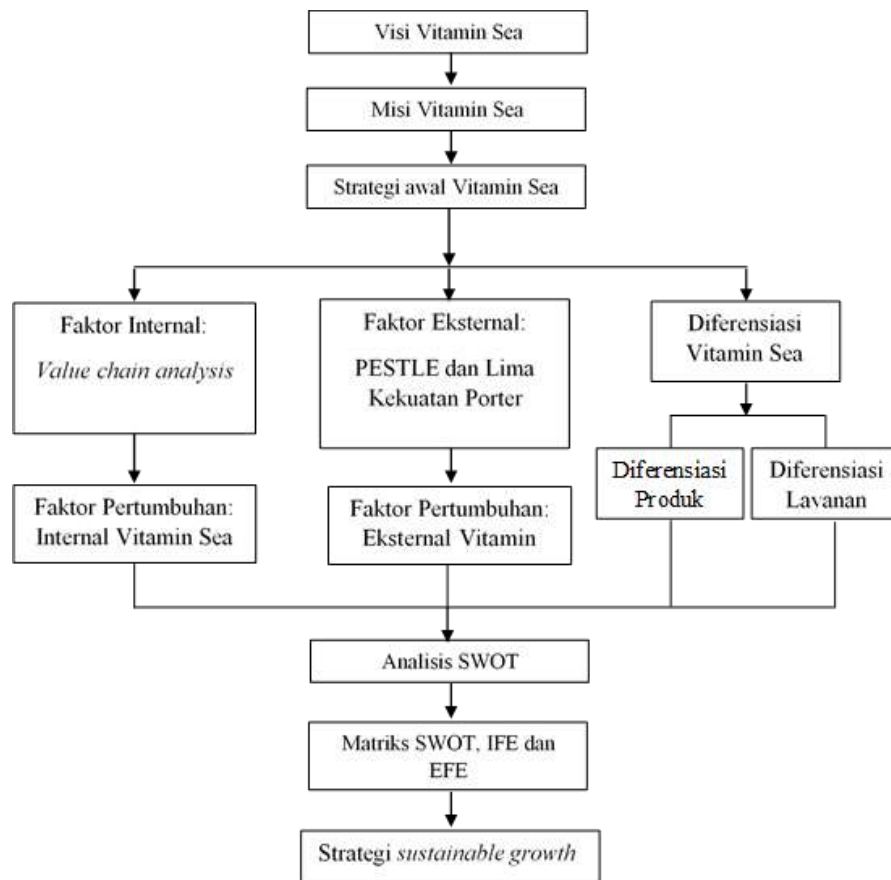
1.5 Kerangka Pemikiran

Pelaksanaan penelitian ini diawali dengan mengidentifikasi latar belakang bisnis menggunakan *Resource Based Theory* dan *Structural Theory* yang menjadi dasar analisis cara perusahaan melaksanakan pertumbuhan bisnis.

Strategi awal Vitamin Sea disusun berdasarkan faktor internal, faktor eksternal bisnis, dan diferensiasi bisnis. Faktor internal dianalisis menggunakan *value chain analysis* dan eksternal dianalisis menggunakan analisis PESTLE dan Lima Kekuatan Porter sehingga dapat menentukan faktor pendorong pertumbuhan internal dan faktor pertumbuhan eksternal Vitamin Sea yang didalamnya terdapat potensi pertumbuhan internal dan eksternal bisnis yang

diproyeksikan menggunakan *growth rate* dalam upaya mencapai *sustainable growth*.

Langkah terakhir adalah melakukan penyusunan analisis SWOT, menyusun matriks yang terdiri dari: matriks SWOT, IFE matriks, EFE matriks, dan IE matriks sebagai hasil pembobotan IFE dan EFE matriks yang menunjukkan posisi bisnis berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal bisnis sehingga menghasilkan hasil penelitian berupa strategi pertumbuhan Vitamin Sea yang berkelanjutan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat sehingga dapat menjadi bisnis yang lebih baik lagi.



Gambar 1. 3 Kerangka Penelitian