



**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 Strategi Bersaing Koorii Cafe Bandung**

Skripsi

Oleh

LEONARDO KURNIAWAN

2016320125

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*

**Rancangan Strategi Bersaing Koorii Cafe Bandung**

Skripsi

Oleh

LEONARDO KURNIAWAN

2016320125

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 Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Persetujuan Skripsi**

Nama : Leonardo Kurniawan  
Nomor Pokok : 2016320125  
Judul : Rancangan Strategi Bersaing Koorii Cafe Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 22 Juli 2020  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Dr. Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

: 

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

: 

**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 : LEONARDO KURNIAWAN

NPM : 2016320125

Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Rancangan Strategi Bersaing Koorii Cafe 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 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



Leonardo Kurniawan

## ABSTRAK

Nama: Leonardo Kurniawan

NPM: 2016320125

Judul: **Rancangan Strategi Bersaing Koorii Cafe Bandung**

---

Koorii Cafe merupakan salah satu *Coffee Shop* yang berdiri di Jalan Buah Batu no. 112, Kota Bandung dengan pendirinya yang bernama Bapak Henry. Koorii Cafe merupakan salah satu *Coffee Shop* yang menyediakan fasilitas *Self Service* untuk menekan harga produk. Tujuan Pemilik Koorii Cafe mengizinkan Koorii Cafe untuk menjadi Objek penelitian adalah untuk mendapatkan pembaharuan data-data riset pasar mengenai kondisi eksternal dalam industri *Coffee Shop*, sehingga kondisi eksternal tersebut dapat dianalisis untuk menjadi strategi bersaing yang baru.

Penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif Analitis dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara terstruktur, survey atau angket, serta observasi. Data di analisis menggunakan analisis internal perusahaan yaitu melalui 4 fungsi bisnis. Analisis eksternal menggunakan Porter's Five Forces. Setelah itu hasil analisis eksternal dan internal perusahaan dibandingkan dengan menggunakan matriks SWOT. Metode studi kasus merupakan metode yang mempelajari mengenai keadaan objek penelitian.

Setelah dilakukan penelitian kepada *Koorii Cafe* maka dapat diketahui bahwa *Koorii Cafe* dapat melakukan strategi *Low Cost Leadership*. Hal ini dapat dilakukan melalui beberapa hal, yaitu dengan cara menekan harga yang akan ditawarkan kepada para konsumen *Koorii Cafe* itu sendiri, memperbanyak kuantitas pembelian yang dapat dilakukan oleh para konsumen, dan mempersiapkan aksi-aksi perusahaan yang dapat dilakukan dalam rangka menghadapi situasi *new normal* dalam masa pandemi *Covid-19* yang sedang terjadi pada saat ini.

Kata Kunci: Strategi, Persaingan, *Coffee Shop*, Analisis Eksternal, Analisis Internal, Matriks SWOT, Strategi *Low Cost Leadership*

## ABSTRACT

Name: Leonardo Kurniawan

NPM: 2016320125

Title: ***Koorii Cafe's Competitive Strategy Plan***

---

*Koorii Cafe is one of the coffee shop that held in 112th of Buah Batu Street, Bandung City with their founder named Henry. Koorii Cafe is one of the coffee shop that gives a self service facility to their costumer to minimize the product price that they offered to their costumers. Therefore the reason for the owner to give permission for Koorii Cafe to be the research's object is to get the market research update about the external condition that happens at the coffee shop industry, then the external condition can be analyzed to become the new competitive strategy for Koorii Cafe itself..*

*This research is an analytical descriptive research with case study method. Data Collection itself is done by using structured interview, survey, and observation. The data were being analyzed by using the Company's Internal Analysis namely the 4 function of business. In the other hand, the External Analysis is done by using the Porter's Five Forces. Then the internal and external analysis can be compared by using the SWOT Matrix. The Case Study method itslef is a method that studies about the research's object condition.*

*After doing some study and analyzing to Koorii Cafe we can conclude that Koorii Cafe can adopt Low Cost Leadership Strategy as their new competitive strategy. The strategy can be done by doing a couple of action such as supressing their product's price that offered to their costumers, multiplying the buying quantity that made by their costumer, and making the company actions to face this the new normal situation that occur in this Covid-19 pandemic situation.*

*Keywords: Strategy, Competition, Coffee Shop, External Analysis, Internal Analysis, SWOT Matrix, Low Cost Leadership Strategy*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul “Rancangan Strategi Bersaing Koorii Cafe Bandung” dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial 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, rahmat, perlindungan, dan hikmat – Nya penulis dapat melaksanakan setiap langkah dalam rangka penyelesaian proses penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil. sebagai dosen pembimbing yang senantiasa membimbing peneliti yang jauh dari kata baik ini. Terima kasih atas segala kesabaran, waktu, tenaga, serta ilmu yang diberikan selama membimbing peneliti menyelesaikan skripsi ini.
3. Penulis juga ingin berterima kasih kepada Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku dosen wali yang senantiasa membina penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

4. Keempat penulis ingin berterima kasih kepada orang tua penulis atas dukungan finansial, moril, dan atas setiap doa yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan setiap proses penelitian yang harus dilewati.
5. Kelima penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Henry selaku pemilik Koorii Cafe yang mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian atas Koorii Cafe sebagai objek penelitian dalam skripsi ini.
6. Angel Natalia selaku adik penulis yang telah memberikan doa serta dukungan moril kepada penulis selama melakukan dan menyelesaikan penelitian ini.
7. Darren Syamputra selaku teman baik penulis yang selalu membantu penulis selama perkuliahan. Banyak sekali kontribusi yang diberikan terhadap penulis baik itu ilmu selama kuliah maupun support dalam hal-hal lainnya, sehingga skripsi bisa selesai tepat waktu.
8. Dominikus Stefano Dwiki selaku teman penulis yang selalu mengajarkan dan memberikan informasi mengenai perkuliahan. Hingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan skripsi dengan tepat waktu.
9. Fernaldi Liuwandhy selaku teman baik penulis yang selalu membantu penulis selama perkuliahan dan mengisi hari-hari penulis sehingga memberi kebahagiaan dalam penyusunan skripsi.
10. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis UNPAR yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan juga wawasan kepada penulis selama menempuh studi di UNPAR.



11. Syerley Novany selaku teman baik penulis yang selalu mendukung penulis untuk terus bahagia, dan menjadi kan penulis termotivasi untuk hidup lebih baik serta telah memberikan beberapa informasi tambahan dalam rangka melengkapi informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini.
12. Jeremy Billian selaku teman baik penulis yang selalu mendukung penulis untuk terus bahagia, dan menjadi kan penulis termotivasi untuk hidup lebih baik serta telah memberikan beberapa informasi tambahan dalam rangka melengkapi informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini.
13. Michael Justin selaku temen baik penulis yang selalu memberi kebahagiaan dan dukungan. Mencoba dan menjelajahi hal-hal baru bersama penulis selama perkuliahan memberi kesan tersendiri bagi penulis.
14. Joses Nicolas selaku teman baik penulis yang selalu memberi penulis pola pikir dan sudut pandang yang berbeda dalam melakukan penelitian ini serta dukungan-dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
15. Auryrn Louis Agung selau teman baik penulis yang telah memberikan dukungan serta beberapa informasi tambahan dalam rangka menyelesaikan penelitian ini.
16. Javvi Eka Prajitno sebagai teman penulis yang telah memberikan dukungan serta beberapa informasi tambahan dalam rangka melengkapi informasi-informasi yang dibutuhkan selama menyelesaikan penelitian ini.

17. Yeremia Nathanael sebagai teman SMA penulis yang telah memberikan beberapa informasi tambahan dalam rangka melengkapi informasi-informasi yang dibutuhkan selama menyelesaikan penelitian ini.
18. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk menjawab survey yang dilakukan dalam rangka melengkapi data dan informasi yang dibutuhkan dalam rangka penyelesaian penelitian ini dengan jujur dan bertanggung jawab.
19. Seluruh teman – teman Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2016 dan FISIP 2016 yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih untuk kenangan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan ilmu, sarana, dan kemampuan. 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 khususnya bagi pihak – pihak yang terkait.

Bandung, Juni 2020

Peneliti,

Leonardo Kurniawan.

## Daftar Isi

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>x</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>1.5 Kerangka Pemikiran</b> .....	<b>8</b>
<b>BAB II Tinjauan Pustaka</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1 Pengertian Strategi</b> .....	<b>11</b>
<b>2.3 Strategi Bersaing</b> .....	<b>13</b>
<b>2.3.1 Tiga Strategi Bersaing</b> .....	<b>13</b>
<b>2.4 Manajemen Strategi</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4.1 Tahap Manajemen Strategi</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4.2 Aspek Eksternal <i>Porter's Five Forces</i></b> .....	<b>17</b>
<b>2.4.3 Aspek Internal</b> .....	<b>24</b>
<b>2.5 Analisis &amp; Matriks SWOT</b> .....	<b>33</b>

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian .....</b>	<b>37</b>
<b>3.2 Metode Penelitian .....</b>	<b>37</b>
<b>3.3 Tabel Operasionalisasi Variabel .....</b>	<b>38</b>
<b>3.4 Populasi dan Sample .....</b>	<b>41</b>
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>42</b>
<b>3.6 Sumber Data.....</b>	<b>44</b>
<b>3.7 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>45</b>
<b>BAB IV Objek Penelitian.....</b>	<b>48</b>
<b>4.1 Informasi Seputar Pendirian Perusahaan .....</b>	<b>48</b>
<b>4.2 Profil Koorii Cafe .....</b>	<b>48</b>
<b>4.2 Produk dan Gambar Perusahaan .....</b>	<b>51</b>
<b>4.2.1 Produk dan Harga Produk Koorii Cafe .....</b>	<b>51</b>
<b>4.2.2 Produk-produk Koorii Cafe .....</b>	<b>52</b>
<b>4.2.3 Suasana dan Fasilitas Koorii Cafe.....</b>	<b>56</b>
<b>4.2.4 Alat-alat Produksi yang Digunakan.....</b>	<b>57</b>
<b>BAB V Analisis Dan Pembahasan .....</b>	<b>59</b>
<b>5.1 Strategi yang Sudah Dilakukan Selama Ini. ....</b>	<b>60</b>
<b>5.2 Analisa Eksternal dan Internal Koorii Cafe .....</b>	<b>63</b>
<b>5.2.1 Aspek Eksternal.....</b>	<b>63</b>
<b>5.2.2 Aspek Internal Koorii Cafe .....</b>	<b>88</b>

<b>5.3 Hasil analisis Aspek Internal dan Eksternal terhadap faktor SWOT Koorii Cafe</b>	<b>113</b>
.....	
<b>5.3.1 Hasil Analisis Aspek Eksternal – Peluang dan Ancaman.....</b>	<b>113</b>
<b>5.3.2 Hasil Analisis Aspek Internal – Kekuatan dan Kelemahan Koorii Cafe</b>	<b>118</b>
<b>5.4 Matrix SWOT Koorii Cafe.....</b>	<b>122</b>
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>129</b>
<b>6.1 Kesimpulan.....</b>	<b>129</b>
<b>6.2 Saran.....</b>	<b>133</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>137</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>141</b>
<b>1. Hasil Wawancara Pemilik Koorii Cafe 2 April 2020.....</b>	<b>141</b>
<b>2. Hasil Wawancara Pemilik Koorii Cafe 12 April 2020.....</b>	<b>146</b>

## Daftar Tabel

<b>Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 5. 1 Matriks SWOT Koorii Cafe .....</b>	<b>123</b>

## Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Frekuensi responden yang menjawab alasan responden mengunjungi Cafe.....	1
Gambar 1. 2 Frekuensi Jumlah Rumah Makan, Restoran, Cafe, dan Bar di Kota Bandung.....	3
Gambar 1. 3 Frekuensi responden dalam hal yang menjadi pertimbangan dalam memilih cafe.....	4
Gambar 1. 4 Kerangka Pemikiran.....	10
Gambar 2 1 Model Porter's Five Forces.....	18
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	50
Gambar 4. 2 Daftar Menu.....	51
Gambar 4. 3 Caramel Coffee.....	52
Gambar 4. 4 Charcoal Latte.....	52
Gambar 4. 5 Es Koorii Signature.....	53
Gambar 4. 6 Chocolate Mint.....	53
Gambar 4. 7 Es Koori Susu.....	54
Gambar 4. 8 Es Kooriiter.....	54
Gambar 4. 9 Mango and Lychee Yakult.....	55
Gambar 4. 10 Iced Long Black.....	55
Gambar 4. 11 Tempat Pesan dan Kasir.....	56
Gambar 4. 12 Suasana tempat dan Fasilitas 1.....	56
Gambar 4. 13 Suasana dan Fasilitas Tempat 2.....	57
Gambar 4. 14 Alat Pembuat Espresso.....	57

<b>Gambar 4. 15 Alat Pembuat Espresso 2 .....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 4. 16 Roaster .....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 5. 1 Frekuensi jumlah rumah Makan, Restoran, Cafe, dan Bar di Kota Bandung .....</b>	<b>64</b>
<b>Gambar 5. 2 Frekuensi jawaban responden terhadap hal yang menentukan konsumen dalam memilih Coffee Shop.....</b>	<b>71</b>
<b>Gambar 5. 3 Frekuensi jawaban responden tentang Intensitas Kunjungan Konsumen ke Coffee Shop.....</b>	<b>79</b>
<b>Gambar 5. 5 Kualitas Tempat Koorii Cafe bagi responden yang sudah pernah mengunjungi .....</b>	<b>91</b>
<b>Gambar 5. 6 Kualitas Tempat Koorii Cafe bagi responden yang belum pernah mengunjungi .....</b>	<b>91</b>
<b>Gambar 5. 7 Daftar Menu Sunday Coffee .....</b>	<b>96</b>
<b>Gambar 5. 8 Daftar Menu Koorii Cafe .....</b>	<b>97</b>
<b>Gambar 5. 9 Daftar menu Kubik Cafe.....</b>	<b>97</b>
<b>Gambar 5. 10 Kelengkapan Produk Koorii Cafe bagi responden yang sudah pernah berkunjung .....</b>	<b>99</b>
<b>Gambar 5. 11 Kelengkapan Produk Koorii Cafe bagi responden yang belum pernah berkunjung .....</b>	<b>99</b>
<b>Gambar 5. 12 Kualitas Produk Koorii Cafe .....</b>	<b>99</b>
<b>Gambar 5. 13 Harga Produk Koorii Cafe bagi responden yang belum pernah berkunjung.....</b>	<b>102</b>



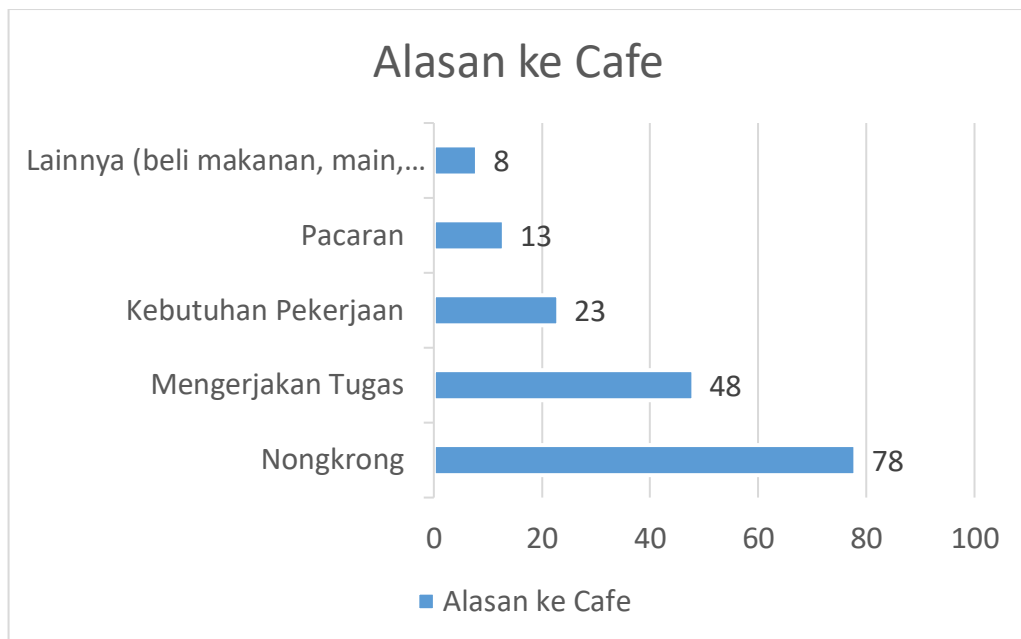
<b>Gambar 5. 14 Kualitas Tempat Koorii Cafe bagi responden yang sudah berkunjung.....</b>	<b>104</b>
<b>Gambar 5. 15 Kualitas Tempat Koorii Cafe bagi responden yang belum pernah berkunjung .....</b>	<b>104</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, kebutuhan akan tempat sudah dianggap penting bagi masyarakat khususnya bagi para generasi *Millenials*. Hal ini dapat terjadi karena masyarakat khususnya para generasi *Millenials* membutuhkan tempat yang berkesan, efektif, serta efisien disaat sedang berkumpul baik bersama kerabat maupun teman, mengerjakan tugas, *meeting*, dan lain sebagainya. Hal ini dapat diketahui melalui hasil survey yang telah dilakukan melalui penyebaran angket pada grafik berikut:



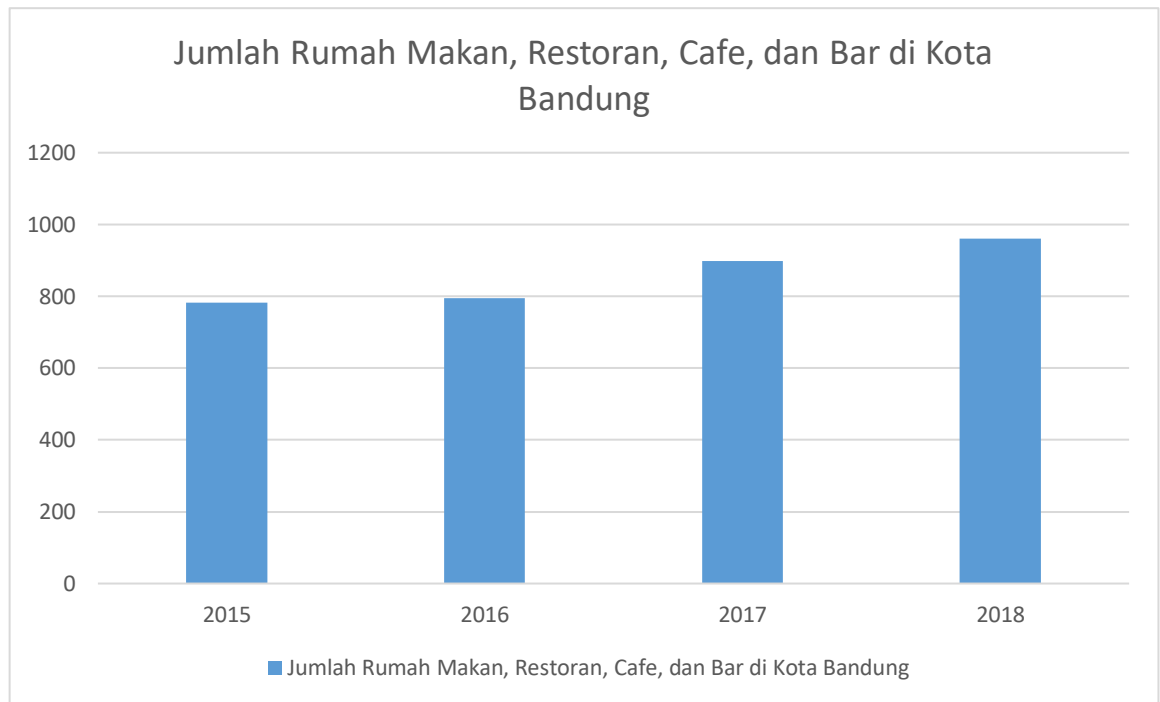
Gambar 1. 1 Frekuensi responden yang menjawab alasan responden mengunjungi Cafe

Sumber: Data Responden

Dari bagan tersebut dapat dilihat bahwa alasan mayoritas responden memiliki alasan untuk melakukan aktivitas *meeting* (kebutuhan pekerjaan), mengerjakan tugas, dan nongkrong di Cafe itu sendiri. Sehingga dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa adanya penambahan tingkat kebutuhan masyarakat pada era modern ini khususnya bagi para generasi *Millenials* pada tempat guna untuk melakukan berbagai aktivitas tersebut.

Oleh karena itu, seiring dengan bertambahnya tingkat kebutuhan masyarakat di era modern ini akan tempat untuk berkumpul maka mengakibatkan meningkatnya peluang usaha di industri *Coffee Shop* atau *Cafe* itu sendiri. Oleh karena itu, dengan adanya peningkatan peluang dan permintaan masyarakat maka para pengusaha berlomba-lomba untuk memanfaatkan peluang tersebut dengan mendirikan *Coffee Shop* atau *Cafe* sebagai tempat bagi para masyarakat khususnya para generasi *Millenials* untuk berkumpul.

Banyaknya pengusaha-pengusaha yang memasuki industri *Coffee Shop* atau *Cafe* menyebabkan persaingan di industri tersebut semakin ketat. Hal ini dapat dirasakan di kota-kota besar, salah satunya Kota Bandung. Kota Bandung itu sendiri dikenal dengan salah satu Kota Wisata, Kota Kreatif, dan Kota Millenial yang terkenal dengan industri Kuliner. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa 58% dari total penduduk Kota Bandung berumur 15-50 tahun (Badan Pusat Statistik, 2019). Oleh karena itu, persaingan pada industri kuliner di Kota Bandung itu sendiri akan semakin ketat. Hal ini dapat dilihat melalui bagan jumlah rumah makan, restoran, Cafe, dan Bar di Kota Bandung dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2018 sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Frekuensi Jumlah Rumah Makan, Restoran, Cafe, dan Bar di Kota Bandung

Sumber: Badan Pusat Statistik

Dari bagan diatas, dapat dilihat bahwa terdapat pertambahan jumlah pelaku usaha di industri kuliner khususnya bagi rumah makan, restoran, cafe, dan Bar di Kota Bandung setiap tahunnya. Hal ini menandakan bahwa industri kuliner di Kota Bandung khususnya pada industri *Coffee Shop* atau *Cafe* masih berkembang. Adanya perkembangan di industri *Coffee Shop* atau *Cafe* ini memberikan dampak pada gaya hidup dan perilaku masyarakat khususnya generasi *Millenials* pada saat mengkonsumsi produk barang maupun jasa. Hal ini dapat dilihat dari perilaku masyarakat yang telah bergeser dari perilaku yang semula hanya mementingkan harga, kualitas dari produk barang maupun jasa yang dikonsumsi ke pengalaman yang didapatkan saat mengkonsumsi produk barang maupun jasa itu sendiri seperti pengalaman yang didapatkan melalui penyediaan kualitas tempat yang digunakan. Hal ini juga didukung dengan adanya data responden bahwa mayoritas responden

lebih memprioritaskan faktor kualitas tempat dari suatu cafe dalam memilih suatu cafe untuk dikunjungi melalui bagan berikut:



Gambar 1. 3 Frekuensi responden dalam hal yang menjadi pertimbangan dalam memilih cafe

Sumber: Data Responden

Akan tetapi, dengan adanya perkembangan pada industri *Coffee Shop* atau Cafe di Kota Bandung ini dapat menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha *Coffee Shop* atau Cafe yang sudah ada, karena dengan munculnya pelaku-pelaku usaha baru di industri kuliner khususnya pada industri *Coffee Shop* atau Cafe di Kota Bandung maka akan berpengaruh kepada pembagian pangsa pasar, pemasok, penetapan harga produk, peningkatan kualitas tempat, dan lain sebagainya yang akan berkaitan langsung dengan aktivitas operasi perusahaan itu sendiri.

Jadi, dengan terjadinya fenomena-fenomena yang telah disebutkan pada paragraf sebelumnya dapat dilihat bahwa terdapat peluang bagi para pelaku usaha kuliner di Kota maupun Kabupaten Bandung khususnya pada industri

*Coffee Shop* atau *Cafe*. Tentunya dengan terciptanya peluang bagi para pelaku usaha maka akan mengakibatkan semakin meningkatnya persaingan diantara para pelaku usaha di Kota maupun Kabupaten Bandung itu sendiri khususnya di bidang *Coffee Shop* atau *Cafe*. Melihat dari fenomena-fenomena di atas maka dapat dikatakan bahwa betapa pentingnya dilakukan antisipasi oleh para pelaku usaha di bidang *Coffee Shop* atau *Cafe* di Kota maupun Kabupaten Bandung khususnya bagi Koorii Cafe agar dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin hari semakin meningkat khususnya bagi pihak *Koorii Cafe*, karena berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa cafe lainnya seperti Hipaps Cafe, Sunday Coffee, KopiYor, Kedai Kopi Cilik, dan Koorii Cafe itu sendiri dapat diketahui bahwa penjualan Koorii Cafe mencapai 50 Cup per harinya sedangkan 2 dari 4 cafe lainnya seperti Sunday Coffee dan Kedai Kopi Cilik sudah mencapai 100 Cup per harinya.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membantu Koorii Cafe dalam merancang strategi bersaing yang telah dilakukan oleh perusahaan itu sendiri serta membuat strategi bersaing alternatif yang terstruktur, efektif, dan efisien yang dapat dilakukan oleh Koorii Cafe agar dapat berkembang di tengah persaingan yang semakin meningkat ini bila diperlukan. Hal ini dapat terjadi karena salah satu alasan pemilik Koorii Cafe mengizinkan Koorii Cafe untuk menjadi objek penelitian ini adalah agar Koorii Cafe dapat memiliki strategi bersaing yang terstruktur, efektif, dan efisien sehingga Koorii Cafe dapat bersaing di tengah persaingan yang ada dan mengembangkan usahanya agar dapat menjadi lebih baik dari para kompetitorinya.

Dengan demikian, penelitian ini berjudul: “ **Rancangan Strategi Bersaing Koorii Cafe Bandung**”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

*Koorii Cafe* merupakan salah satu *Coffee Shop* atau *Cafe* yang berdiri di Kota Bandung, atau lebih tepatnya terletak di Jalan Buat Batu No. 112, Bandung. *Koorii Cafe* itu sendiri telah berdiri sejak tahun 2013, jadi *Koorii Cafe* itu sendiri telah berdiri selama 7 tahun. Seperti yang sudah dijelaskan pada bagian Latar Belakang Masalah, bahwa penelitian ini dibuat melihat semakin ketatnya persaingan di Industri *Coffee Shop* atau *Cafe* khususnya di Kota Bandung itu sendiri. Hal ini tentu saja dapat menjadi suatu ancaman bagi pihak *Koorii Cafe* itu sendiri dalam hal bersaing dengan *Coffee shop* atau *Cafe-cafe* lainnya yang sudah berdiri lebih lama dan memiliki pengalaman yang lebih banyak.

Oleh karena itu, penulis melalui penelitian ini akan membantu dalam hal baik mengevaluasi maupun menyusun strategi bersaing alternatif bagi pihak *Koorii Cafe*, karena salah satu alasan bagi *Koorii Cafe* itu sendiri bersedia untuk menjadi objek dalam penelitian ini adalah agar *Koorii Cafe* dapat bertahan di tengah persaingan yang ada di industri *Coffee Shop* atau *Cafe* khususnya di Kota Bandung dan mengembangkan usahanya agar dapat menjadi lebih baik dari para kompetitornya.

Maka dari itu, berikut adalah rumusan masalah yang digunakan untuk melakukan penelitian *Koorii Cafe*:

1. Strategi apa yang telah digunakan oleh *Koorii Cafe* selama ini?

2. Bagaimana faktor lingkungan eksternal dan internal mempengaruhi *Koorii Cafe*?
3. Strategi apa yang dapat digunakan oleh *Koorii Cafe* untuk tetap bertahan dan mengembangkan usahanya dalam rangka bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ada?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui strategi yang telah dilakukan oleh pihak *Koorii Cafe* selama ini.
2. Mengetahui faktor lingkungan baik eksternal maupun internal yang dapat mempengaruhi *Koorii Cafe*.
3. Mengetahui strategi bersaing yang dapat digunakan oleh *Koorii Cafe* untuk tetap bertahan dan mengembangkan usahanya dalam rangka bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ada.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah serta Tujuan Penelitian yang telah dibahas pada bagian sebelumnya, maka kegunaan yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Bagi Penulis**

Melalui penelitian ini, manfaat yang diharapkan dapat diperoleh bagi penulis itu sendiri adalah adanya perluasan wawasan penulis sendiri mengenai perumusan serta penerapan strategi bersaing yang efektif dan efisien agar perusahaan mampu bertahan hingga berkembang di tengah persaingan pada industrinya.



Selain itu manfaat lainnya yang diharapkan dapat diperoleh bagi penulis adalah penelitian ini dapat menjadi salah satu alat bagi kelulusan penulis pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

## **2. Bagi Koorii Cafe**

Manfaat yang diharapkan penulis bagi *Koorii Cafe* melalui penelitian ini adalah dapat diperolehnya rancangan strategi bersaing yang terstruktur, efektif, dan efisien yang dapat dilakukan oleh pihak Koorii Cafe guna bertahan di tengah persaingan yang ada serta mengembangkan usahanya dalam jangka waktu yang panjang sehingga Koorii Cafe dapat menjadi lebih baik dari para kompetitornya.

## **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

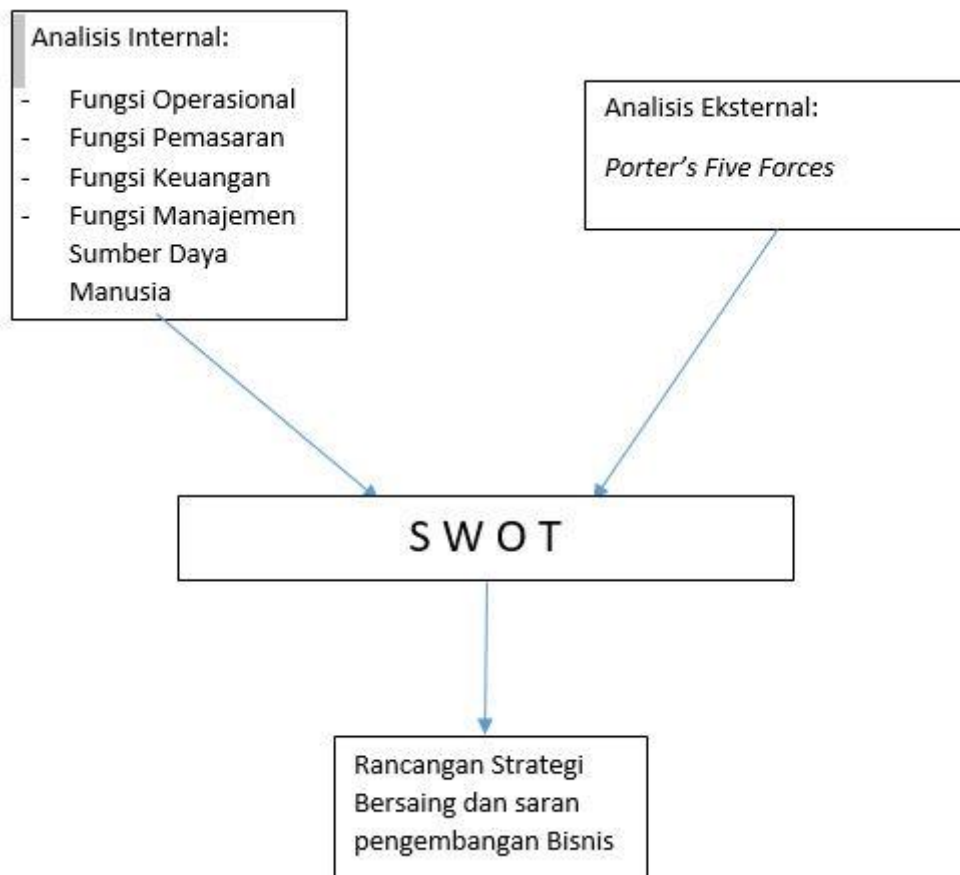
Manfaat yang diharapkan penulis bagi para peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dengan topik serupa adalah dapat menjadi salah satu referensi data maupun kerangka berpikir yang dapat digunakan bagi para peneliti selanjutnya.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Sebelum membuat rancangan strategi yang dapat dilakukan Koorii Cafe, penulis melakukan analisis terlebih dahulu. Analisis yang digunakan penulis adalah analisis lingkungan Eksternal dan Internal. Alat yang digunakan dalam menganalisis lingkungan eksternal adalah analisis *Porter's Five Forces* sedangkan lingkungan internal dianalisis berdasarkan 4 fungsi bisnis yaitu fungsi Operasional, fungsi, Pemasaran, fungsi Keuangan, dan fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia. Analisis lingkungan Eksternal itu sendiri berguna untuk melihat peluang

dan ancaman yang ada dalam industri sehingga dapat bermanfaat pembuatan strategi kedepannya dalam rangka pemanfaatan peluang yang ada serta menghadapi ancaman-ancaman yang ada. Sedangkan analisis lingkungan Internal itu sendiri berguna untuk melihat kelemahan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan itu sendiri sehingga dapat membantu dalam proses pengembangan usaha melalui peningkatan kekuatan yang dimiliki serta meminimalisir kelemahan yang dimiliki dalam rangka membantu proses pengembangan usaha kedepannya. Oleh karena itu, pemahaman yang baik diperlukan sehingga akan mendapatkan strategi bersaing yang tepat.

Dalam melakukan analisis lingkungan Eksternal perusahaan, penulis menggunakan teori *Porter's Five Forces* yang terdiri dari 5 faktor, yaitu *Bargaining Power of Buyers, Bargaining Power of Suppliers, Threat of Substitute Products, Threat of New Entrants, Rivalry Among Existing Competitors*. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui posisi perusahaan dalam persaingan yang ada yang menghasilkan peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Sedangkan analisis lingkungan Internal yang digunakan akan berhubungan dengan 4 fungsi bisnis yaitu fungsi Operasional, Fungsi Pemasaran, Fungsi Keuangan, dan Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia sehingga dapat mengetahui kekuatan serta kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan selama ini. Hal tersebut dapat dilihat melalui bagan sebagai berikut:



Gambar 1. 4 Kerangka Pemikiran

Selanjutnya, dari analisis lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal Perusahaan maka diharapkan dapat membantu pengembangan usaha Koorii Cafe serta menghasilkan rancangan strategi yang terstruktur, efektif, dan efisien dalam rangka bertahan dalam menghadapi persaingan yang ada serta mengembangkan usaha Koorii Cafe itu sendiri sehingga dapat menjadi lebih baik dari para kompetitornya.