



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Publik**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/V/2020*

**Evaluasi Strategi Bersaing Toko Suci *Pet Shop***

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Ilmu Administrasi Publik

Oleh

Andi Marvani Marala Sultan

2016320202

Bandung

2020



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Publik**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/V/2020*

**Evaluasi Strategi Bersaing Toko Suci *Pet Shop***

Skripsi

Oleh

Andi Marvani Marala Sultan

Pembimbing

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

Bandung

2020

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



**Tanda Persetujuan Skripsi**

Nama : Andi Marvani Marala Sultan  
Nomor Pokok : 2016320202  
Judul : Evaluasi Strategi Bersaing Toko Suci *Pet Shop*

Menyetujui untuk diajukan pada  
Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Bandung, 26 Juli 2020

Pembimbing,

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

Mengetahui,

26 Juli 2020

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis  
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si

### **Pernyataan**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Andi Marvani Marala Sultan

NPM : 2016320202

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Evaluasi Strategi Bersaing Toko Suci *Pet Shop*

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 tidak benar.

Bandung, 26 Juli 2020



Andi Marvani Marala Sultan

## ABSTRAK

Nama : Andi Marvani Marala Sultan  
NPM : 2016320202  
Judul : Evaluasi Strategi Bersaing Toko Suci *Pet Shop*

---

Pada saat ini banyak masyarakat yang memelihara binatang peliharaan seperti anjing dan kucing sebagai hobby untuk melepas stress. Hobi akan binatang peliharaan telah menjadi sebuah bisnis, karena hal ini lah bisnis *pet shop* pun mulai bermunculan. Salah satu perusahaan yang berdiri sebagai *pet shop* di Bandung adalah Suci *Pet Shop*. Suci *Pet Shop* berupaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk hewan peliharaannya, yaitu memberikan sebuah produk fisik ataupun jasa yang tersedia.

Penelitian ini memfokuskan pada rancangan evaluasi strategi bersaing yang digunakan perusahaan selama ini dengan menggunakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara, observasi dan studi dokumen. Wawancara dilakukan dengan pemilik serta karyawan Suci *Pet Shop* untuk mendapatkan informasi mengenai strategi yang digunakan selama ini. Penulis juga menggunakan tiga teknik Analisa yaitu dilihat dari Strategi Analisis Bersaing, Analisis Internal dan Analisis Eksternal untuk mengetahui apakah strategi yang digunakan selama ini strategi yang terbaik.

Berdasarkan hasil penelitian melalui aspek internal, aspek eksternal dan matriks SWOT yang menunjukkan bahwa Suci *Pet Shop* selama ini menggunakan strategi *cost leadership*. Penggunaan strategi *cost leadership* ini terbilang yang cukup baik namun dalam menghadapi persaingan yang semakin meningkat, Strategi bersaing yang relevan untuk diimplementasikan kedepannya adalah *best-cost provider strategy*. Dengan strategi ini perusahaan Suci *Pet Shop* mencari keuntungan dengan biaya yang rendah untuk menarik pasar.

**Kata Kunci: Strategi Bersaing, Aspek Internal, Aspek Eksternal, Matriks SWOT**

## **ABSTRACT**

*Name* : Andi Marvani Marala Sultan

*NPM* : 2016320202

*Title* : *The Evaluation of Suci Pet Shop Competitive Strategy*

---

*At this time many people who maintain pets such as dogs and cats as a hobby to relieve stress. Hobbies about pets have become a business, because this is the pet shop business. One company that stands as a pet shop in Bandung is the Suci Pet Shop. Suci Pet Shop seeks to meet the needs and desires of customers for their pets, namely providing a physical product or service available.*

*This study focuses on the evaluation of competitive strategies used by the company so far using qualitative research. Data collection techniques used in the form of interviews, observation and document study. Interviews were conducted with the owners and employees of the Suci Pet Shop to obtain information about the strategies used all this time. The author also uses three analysis techniques which are seen from Competing Analysis Strategies, Internal Analysis and External Analysis to find out whether the strategy used all this time is the best strategy.*

*Based on the results of research through internal aspects, external aspects and the SWOT matrix which shows that the Suci Pet Shop has been using a cost leadership strategy. The use of this cost leadership strategy is fairly good but in the face of increasing competition, a relevant competitive strategy to be implemented in the future is the best-cost provider strategy. With this strategy the Suci Pet Shop company is looking for low-cost profits to attract the market.*

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT atas semua Rahmat dan Karunia-Nya dan yang telah memimpin dan menyertai penulis dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal, pertengahan, sampai pada akhirnya penulis telah menyelesaikan skripsi yang diberi judul “Evaluasi Strategi Bersaing Toko Suci *Pet Shop*”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menempuh Strata-1 (S1) Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan. Dalam proses penyusunan skripsi yang dilaksanakan oleh penulis, tentunya banyak pihakpihak yang terlibat untuk membantu, memberi semangat, dan memberi doa kepada penulis, Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Ayah & Ibu yang membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini dan selalu menemani penulis setiap melakukan penelitian dan keluarga yang turut memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini dan selalu menaruh nama penulis dalam selipan doanya. Serta kepada kaka Andi Fitria Marala Sultan kedua adik penulis Andi Marevnurjanah Marala Sultan dan Andi Salsabilla Warramah Marala Sultan, Nenek Tuti dari penulis yang selalu memberi semangat dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bu Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M. 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. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
4. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si, sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
5. Seluruh dosen Program Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Terimakasih kepada keluarga besar Alm.Andi Marala Sultan, dan seluruh keluarga dari penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu mendukung dan mendoakan penulis.
7. Terimakasih kepada Raka Rachmanka yang selalu hadir untuk mendengarkan keluh kesah penulis setiap harinya, membantu penulis saat mengalami kesulitan, dan selalu memberikan semangat serta dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada Toko Suci *Pet Shop*, terutama Bu Lusiana selaku Pemilik toko yang sudah meluangkan dan membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.
9. Terimakasih kepada Sandra Andayana sebagai sahabat penulis yang selalu mendukung dan membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada Refina Ryndiandita sebagai sahabat penulis yang selalu mendukung dan menemani penulis dalam penyelesaian skripsi ini.



11. Terimakasih juga kepada Tiara, Dinda, Dwindi, Tania, Abi, Ichsan, Edo, PG, Velis, Ayu, Vienna sebagai sahabat penulis dari kampus yang sudah menemani selama 4 tahun ini dan membantu, memberikan semangat kepada penulis.
12. Terimakasih kepada sahabat-sahabat SMA penulis yaitu Alviera, Fahira, Aprilia, Apta, Shahnaz, Mariska, Eka yang selalu mendukung dan memberi hiburan kepada penulis.
13. Terimakasih kepada sahabat-sahabat SMP penulis yaitu Adhel, Schasett yang selalu mendukung dan memberi hiburan kepada penulis.
14. Kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih telah membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan Skripsi ini dan telah menemani penulis dalam menjalankan perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari dalam penyusunan dan analisis dari penulis masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam skripsi ini, dikarenakan dengan kekurangan pengalaman dari penulis. Untuk itu penulis akan menerima kritik dan saran yang memiliki sifat membangun penulis.

Bandung, 26 Juli 2020



Penulis, Andi Marvani Marala Sultan

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....  
i

ABSTRACT .....  
ii

KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Kerangka Pemikiran .....	7
BAB 2 LANDASAN TEORI .....	10
2.1 Pengertian Strategi .....	10
2.2 Tingkatan Strategi Strategi .....	12
2.3 Strategi Bersaing .....	14
2.3.1 Pengertian Strategi Bersaing .....	14
2.3.2 Tiga Strategi Bersaing Generik .....	15
2.3.3 Strategi Generik Modifikasi .....	17

2.4 Manajemen Strategi .....	20
2.4.1 Tahap-tahap dalam Manajemen Strategi .....	21
2.4.2 Aspek Eksternal .....	22
2.4.3 Aspek Internal .....	28
2.5 Analisis SWOT .....	31
2.5.1 Unsur-Unsur SWOT.....	31
2.5.2 Matriks SWOT .....	32
2.6 Penelitian Terdahulu .....	34
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	37
3.2 Metode Penelitian .....	38
3.3 Protokol Studi .....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.4.1 Wawancara .....	46
3.4.2 Teknik Observasi .....	47
3.4.3 Studi Dokumen .....	47

3.5 Sumber Data .....	48
1.6 Teknik Analisis Data .....	49
3.6.1 Analisis Matriks SWOT .....	51
3.7 Model Penelitian .....	53
<b>BAB 4 OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Profile Toko .....	55
4.2 Sejarah Toko .....	56
4.3 Visi & Misi Toko .....	57
4.3.1 Visi Toko Suci Pet Shop .....	57
4.3.2 Misi Toko Suci Pet Shop .....	57
4.4 Aktivitas Toko .....	58
4.4.1 Menyediakan jasa praktek Dokter Hewan .....	58
4.4.2 <i>Repack</i> Produk .....	60
4.4.3 Pengontrolan Produk Suci <i>Pet Shop</i> .....	61
4.4.4 Pet Grooming & Pet Care .....	63
4.4.5 Delivery <i>Pet Grooming &amp; Pet Care</i> .....	67
4.4.6 Produk Toko Suci <i>Pet Shop</i> .....	67

4.5 Struktur Organisasi .....	76
BAB 5 PEMBAHASAN .....	80
5.1 Strategi yang digunakan Perusahaan Selama Ini .....	81
5.2 Rancangan Strategi .....	84
5.2.1 Analisis Rantai Nilai .....	84
5.2.2 Aspek Lingkungan Eksternal .....	94
5.2.3 Analisis SWOT dan Matriks SWOT .....	110
5.3 Strategi Yang Perlu Dipertahankan Untuk Masa Mendatang .....	116
BAB 6 KESIMPULAN & SARAN .....	117
6.1 Kesimpulan .....	117
6.2 Saran .....	119
DAFTAR PUSTAKA .....	121
LAMPIRAN .....	123

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pemilik Anjing di Indonesia .....	1
Tabel 2. 1 Matriks SWOT .....	33

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 3. 1 Tabel Protokol Studi .....	40
Tabel 5. 1 Perbedaan Suci Pet Shop dengan Kompetitor.....	82
Tabel 5. 2 Matriks SWOT .....	113



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir .....	9
Gambar 2. 1 Tiga Strategik Generik .....	17
Gambar 2. 2 Lima Kekuatan Bersaing pada 5 Porter Forces .....	26
Gambar 2. 3 Aktivitas Value Chain .....	31
Gambar 3. 1 Matriks SWOT .....	51
Gambar 3. 2 Model Penelitian .....	54
Gambar 4. 1 Logo Suci Pet Shop .....	55
Gambar 4. 2 Praktek Dokter Hewan .....	58
Gambar 4. 3 Ruang Dokter Hewan .....	60
Gambar 4. 4 Repack Produk Pangan.....	62
Gambar 4. 5 Pengontrolan Produk Suci PetShop.....	63
Gambar 4. 6 Sisir Kucing & Anjing untuk pet grooming .....	66
Gambar 4. 7 Perlengkapan & Sabun Samphoo & Kandang Hamster .....	71
Gambar 4. 8 Produk pangan Kucing & Anjing .....	72
Gambar 4. 9 Pasir untuk Kucing & Anjing .....	73
Gambar 4. 10 Produk pangan untuk Kucing & Anjing .....	73
Gambar 4. 11 Aksesoris ( Tempat Tidur, Kandang, Baju, Kalung, Sisir Rambut untuk Kucing & Anjing ) .....	74
Gambar 4. 12 Tempat Minum, Pangan Ikan & Wet Food Kucing .....	75
Gambar 4. 13 Aksesoris, Vitamin Kucing & Anjing .....	76



Gambar 4. 14 Gambar Struktur Organisasi ..... 76



## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Peningkatan tren dalam memelihara binatang yang terjadi pada saat ini mengakibatkan adanya permintaan hewan peliharaan. Tren memelihara hewan semakin digemari di Indonesia menyebabkan potensi pasar hewan peliharaan juga terus berkembang. Memelihara hewan peliharaan sudah menjadi *lifestyle* yang cukup populer sekarang ini. Bukan sekedar hobi, namun memelihara hewan peliharaan sudah hampir seperti merawat anak sendiri. Memelihara peliharaan hewan membutuhkan komitmen yang tinggi karena selain merawat memberi makan perlu nya perawatan terhadap hewan tersebut. Berdasarkan data yang berasal dari (Perkumpulan Kilogi Indonesia, 2015) Majalah Marketing, menyatakan bahwa sejak tahun 2005 pecinta kucing ras di Indonesia mulai meningkat. Indonesian Kennel Klub (IKK) juga menyatakan bahwa kepemilikan anjing ras pada tahun 2016 meningkat 21% dari tahun 2014 dan angka tersebut terus meningkat secara konsisten beberapa tahun terakhir.

***Tabel 1. 1 Jumlah Pemilik Anjing di Indonesia***

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pemilik Anjing</b>
2014	328.348
2015	265.670
2016	398.886

Sumber: Federation Cynologique Internationale (FCI) & Indonesia Kennel Klub

(IKK)

Memelihara hewan bukan hanya menjadi sekedar hobi, namun hewan peliharaan itu sendiri juga dianggap sebagai teman atau keluarga. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Associated Press (2010) menjelaskan bahwa 50% pet owners memperlakukan hewan peliharaan mereka sebagai anggota keluarga, 30% tidur bersama hewan peliharaannya, dan 35% hewan peliharaan turut serta dalam foto keluarga. Anjing dan kucing adalah jenis hewan berkaki empat yang paling banyak dipelihara di Indonesia. Banyak faktor dalam memilih hewan peliharaan, salah satunya adalah agama. Mayoritas masyarakat Indonesia beragama Muslim, maka jumlah kepemilikan anjing tidak sebanyak kepemilikan kucing.

Karena kondisi tuntutan perkotaan dan pekerjaan yang tinggi menyebabkan meningkatnya *stress* di Indonesia. Sebagai bayarannya, banyaknya orang yang memelihara hewan kesayangan seperti kucing, anjing dan lain-lain. Salah satu kebutuhan dari memelihara hewan adalah dengan merawat dan memberi makan. Demi memenuhi kebutuhan untuk pangan dan peralatan kebutuhan hewan peliharaan menyisihkan sedikit pendapatan. Maka dari itu dibukanya bisnis Petshop dengan menyediakan pakan serta peralatan dan lain-lain. Dengan semakin banyaknya masyarakat yang memelihara anjing dan kucing maka semakin banyak pula bermunculan komunitas-komunitas pecinta hewan, *petshop*, *pet grooming* dan juga dokter hewan. Hal ini merupakan peluang bisnis yang sangat baik. Karena kebutuhan hewan peliharaan terus meningkat. Dengan begitu kebutuhan hewan peliharaan diperlukan wadah sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Maka dari itu

pembisnis menjadikan hal tersebut sebagai peluang untuk memulai bisnis Suci *Pet Shop*.

Petshop adalah salah satu bentuk usaha yang bergerak dibidang pemeliharaan, perawatan dan pemenuhan kebutuhan untuk hewan peliharaan. Untuk itulah Suci *Pet Shop* hadir dalam rangka memenuhi permintaan tersebut. Suci *Pet Shop* merupakan sebuah bidang usaha yang bergerak dibidang perdagangan dan jasa. Menjual kebutuhan berbagai macam hewan peliharaan seperti kucing, anjing, hamster, kelinci mulai dari makanan, aksesoris, sabun & shampoo, baju sampai dengan vitamin tersedia di Suci *Pet Shop*, selain itu ada jasa *grooming* dan juga penitipan kucing & anjing.

Dengan adanya *Pet Shop* di kota Bandung ini berguna untuk memenuhi kebutuhan dan untuk memelihara hewan peliharaan, tidak hanya Suci *Pet Shop*. Disekitaran Suci *Pet Shop* pun terdapat pesaing yang menjadi tolak ukur bersaing yang harus menjadi acuan atau evaluasi strategi manakah yang baik digunakan untuk berjalannya perusahaan agar selalu *update* dan menjadi *pet shop* yang selalu ramai akan pengunjung atau pelanggan. Untuk tetap unggul dalam persaingan Suci *Pet Shop* harus melihat kondisi *eksternal* pesaing dengan memperhatikan kekurangan dan kelebihan perusahaan dan selalu memperbaikinya, seperti Suci *pet shop* memiliki persaingan dengan *pet store* lainnya seperti Fourty One Shop, Muezza *Pet Shop*, Pet Care 69 dan Panda *Pet Shop* Sarijadi.

Disebut persaingan yang dapat menjadi ancaman untuk Suci *pet shop* karena perusahaan-perusahaan tersebut dapat memenuhi kebutuhan yang pelanggan butuhkan dengan kualitas baik dan lokasi strategis, meskipun sudah banyaknya toko *Pet Shop* di

Bandung ini tetapi pet shop tersebut terdapat banyak pengunjung atau kebutuhan yang diperlukan oleh pengunjung dapat terpenuhi. Seperti pelayanan dan fasilitas yang diberikan dapat memuaskan pelanggan. Namun, Suci *Pet Shop* menyebutkan terdapat pesaing utama yang begitu berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan Suci *Pet Shop* seperti Fouty One Shop dan Pet Care 69 yang memiliki produk kebutuhan pangan yang lengkap yang terletak dekat dengan lokasi Suci *Pet Shop* serta Panda Pet Shop Sarijadi meskipun tidak terletak disekitar Suci *Pet Shop* namun pelayanan jasa dalam *pet grooming & pet day care* sangat memuaskan sehingga banyak dari pelanggan yang selalu menggunakan jasa pelayanan dalam toko tersebut.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Suci *Pet Shop* merupakan sebuah usaha bisnis yang bergerak di bidang perdagangan dan jasa. Suci *Pet Shop* ini hadir untuk menyediakan kebutuhan hewan peliharaan seperti kucing, anjing, kelinci dan hamster. Suci PetShop sudah hadir semenjak bulan Juni tahun 2008, yang saat ini sudah berdiri sekitar 12 tahun. Suci *Pet Shop* memiliki tersedia karena banyaknya dari permintaan yang sangat dibutuhkan berupa pakan untuk hewan peliharaan yang cukup banyak dibutuhkan. Suci *Pet Shop* pun menyediakan berbagai macam pakan yang sudah terdapat jenis-jenisnya untuk klasifikasi hewan seperti apa. Lalu, Suci *Pet Shop* pun menyediakan vitamin, sabun, aksesoris, kandang dan juga pasir untuk kucing dan anjing yang pada umumnya sangat dominan. Dengan perkembangan bisnis serupa di dunia *Pet Shop* mengakibatkan

persaingan usaha yang semakin kompetitif. Untuk mengatasi hal tersebut perusahaan dituntut untuk lebih unggul untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Karena Suci *Pet Shop* sudah berdiri terbilang cukup lama, pastinya di dalam berjalannya toko tentunya memiliki strategi atau keunggulan yang unggul yang mampu menarik pelanggan dan berlangsung hingga saat ini. maka, dalam penelitian saat ini penulis akan melihat bagaimana strategi yang digunakan perusahaan berjalan dan apakah strategi tersebut sudah yang terbaik untuk digunakan atautkah strategi tersebut harus diperbaiki.

Dengan demikian, rumusan masalah ini adalah:

1. Strategi seperti apa yang selama ini toko Suci *Pet Shop* gunakan?
2. Bagaimana kondisi Internal dan Eksternal toko Suci *Pet Shop*?
3. Apa rancangan strategi dari toko Suci *Pet Shop* yang harus di terapkan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan pokok-pokok permasalahan:

1. Mengetahui strategi apa yang selama ini diterapkan toko Suci *Pet Shop*.
2. Mengetahui bagaimana kondisi Internal dan Eksternal yang selama ini dihadapi toko Suci *Pet Shop*.
3. Mengetahui rancangan strategi apa yang harus diterapkan atau diperbaiki untuk kedepannya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian ini dilakukan, diharapkan penelitian ini memberikan banyak manfaat sebagai berikut:

- **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan kepada pembaca agar mengetahui bagaimana perusahaan dapat menjalankan strategi khususnya dalam mengevaluasi strategi yang dilihat dari sisi internal dan eksternal toko/perusahaan Suci PetShop

- **Manfaat Praktis**

Bagi Penulis:

- Selain untuk menjadi salah satu persyaratan untuk kelulusan di jenjang studi administrasi bisnis. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan penulis dalam mengidentifikasi dan menganalisa strategi yang dapat digunakan dalam perkembangan toko/perusahaan Suci *Pet Shop*.

Bagi toko Suci *Pet Shop*:

- Membantu toko dalam memberi masukan terkait strategi yang terbaik untuk digunakan oleh Suci *Pet Shop* seperti mengetahui peluang, kelemahan, ancaman dan kelebihan dari strategi yang akan digunakan. Ini bertujuan agar toko diharapkan dapat lebih berkembang dalam bersaing.

Bagi Pihak yang Memerlukan:

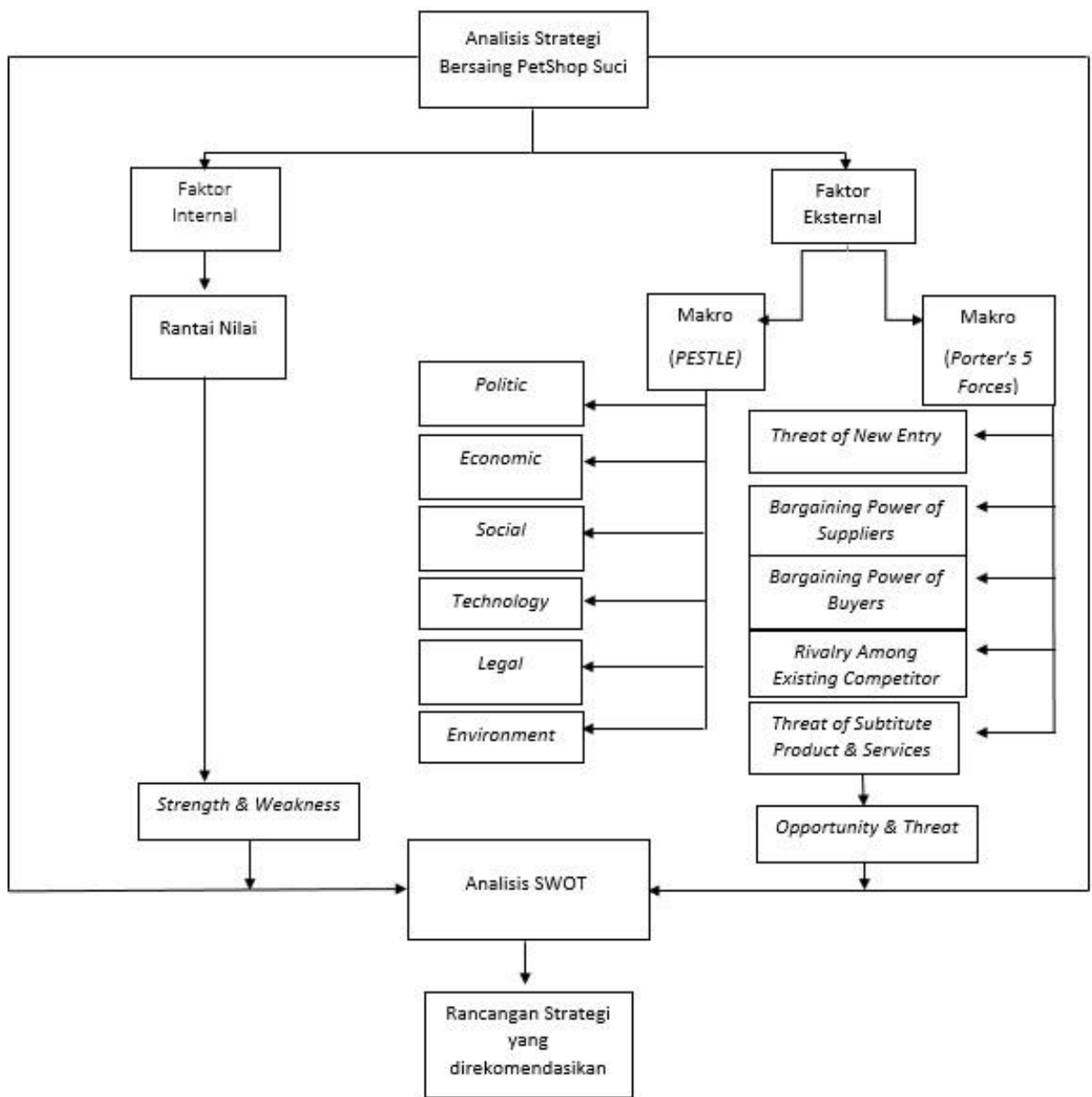
- Dapat bermanfaat bagi pihak yang memerlukan sebagai informasi.



## 1.5 Kerangka Pemikiran

Suci *Pet Shop* hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang memelihara hewan peliharaan pada umumnya adalah kucing dan anjing. Agar kebutuhan hewan peliharaan tersebut terpenuhi maka dari itu Suci *Pet Shop* hadir untuk melayani di bidang menyediakan barang maupun penyediaan jasa untuk *pet grooming*, *pet care* dan praktek dokter hewan. Setelah 12 tahun lamanya Suci *Pet Shop* hadir tentunya banyak kompetitor juga yang semakin banyak membuka bisnis serupa. Dalam menyikapi hal tersebut Suci *Pet Shop* harus tetap meningkatkan kualitas dan pelayanan dan agar tidak tersaingi oleh kompetitor lain. Suci *Pet Shop* harus mengetahui kondisi Internal dan Eksternal perusahaan guna selalu merancang dan memilih strategi yang terbaik kedepannya agar menjadi *pet store* yang selalu menarik dimata pengunjung atau pelanggan. Dengan menggunakan analisis kondisi Internal dan Eksternal perusahaan dapat melihat kondisi kondisi apa yang harus disesuaikan dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Faktor analisis internal menyangkut beberapa yaitu dengan melihat kegiatan kontribusi dari aktivitas-aktivitas yang berlangsung di dalam toko Suci *Pet Shop*. Analisis Rantai Nilai terdiri dari dua kegiatan, yaitu kegiatan utama dan kegiatan pendukung. Kegiatan utama terdiri dari logistik kedalam yang berkaitan dengan perolehan bahan baku, barang dagangan dan perlengkapan lainnya dari pemasok. Lalu manajemen operasi, logistik keluar berkaitan dengan distribusi fisik dari produk kepada pembeli, dan pemasaran & penjualan serta layanan. Lalu kegiatan pendukung adalah aktivitas pendukung yang membantu perusahaan secara keseluruhan terdiri dari administrasi umum, manajemen sumber daya manusia, riset teknologi dan

perkembangan sistem lalu yang terakhir infrastruktur perusahaan. Lalu dari analisis eksternal terdapat dua bagian yaitu analisis mikro dan makro. Analisis makro menggunakan analisis PESTLE yaitu *politic, economic, social, technology, legal, environment*. Dan makro yaitu menggunakan analisis *Porter's 5 forces* yang diantaranya adalah masuknya pesaing baru, ancaman dari produk pengganti (*subtitusi*), kekuatan penawaran pembeli, kekuatan penawaran pemasok dan persaingan diantara perusahaan yang ada. Kegunaan analisis internal adalah bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan kondisi perusahaan. Lalu, analisis eksternal bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman dari luar. Hasil dari analisis strategi bersaing dengan menggunakan faktor internal dan faktor eksternal adalah untuk mengetahui rancangan strategi kedepannya untuk perusahaan dan merekomendasikan strategi apa yang terbaik untuk dipilih untuk keberlangsungan perusahaan.



*Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir*

*Disusun: Oleh Penulis*

**BAB 2 LANDASAN TEORI**