



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

Strategi Pertumbuhan PIPINOS

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Christian Samuel Simbar

2016320230

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

Strategi Pertumbuhan PIPINOS

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Christian Samuel Simbar

2016320230

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 : Christian Samuel Simbar
Nomor Pokok : 2016320230
Judul : Strategi Pertumbuhan PIPINOS

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 29 Juli 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Sanerya Hendrawan, Ph.D

Sekretaris
Dr. Agus Gunawan, S.sos.,B.App.com.,MBA.,M.Phil.

: _____

Anggota
Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

: _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Christian Samuel Simbar

NPM : 2016320230

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Strategi Pertumbuhan PIPINOS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang dikerjakan merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang sudah pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Karya pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar

Manado, 19 juli 2020



Christian Samuel Simbar

ABSTRAK

Nama : Christian Samuel Simbar
NPM : 2016320230
Judul : Strategi Pertumbuhan PIPINOS

Persaingan pada industri kue dan kukis mengalami peningkatan selama tahun 2019 yang didalamnya dikuasai oleh pengusaha dengan skala bisnis kecil. PIPINOS merupakan bisnis berskala kecil yang bergerak pada penjualan kue dan kukis. Didirikan pada tahun 2018 lewat media sosial instagram dan telah membuka toko fisik pada tahun 2019. Dalam persaingan yang ketat pada industri ini dibutuhkan strategi yang tepat untuk mendukung pertumbuhan perusahaan.

Jenis Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif analitis dengan penggunaan metode penelitian berupa studi kasus pada kegiatan bisnis perusahaan. Penelitian dilakukan dengan menganalisis lingkungan eksternal dan internal dari perusahaan. lingkungan eksternal dianalisis dengan menggunakan porter 5 forces sedangkan lingkungan internal di analisis lewat fungsi operasional, fungsi pemasaran, Fungsi keuangan, dan fungsi Sumber daya manusia dari perusahaan. Analisis eksternal dan internal kemudian dipadukan kedalam analisis SWOT matriks untuk merumuskan strategi alternatif dari pada kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan.

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi bersaing yang selama ini diterapkan oleh perusahaan adalah strategi bersaing fokus diferensiasi. Fokus dengan menasar kelas menengah ke atas dengan rentang umur 25 tahun sampai 30 tahun yang sudah berpenghasilan. Diferensiasi lewat kualitas, harga, dan variasi pada produk Dalam mempersiapkan perusahaan dalam pembukaan cabang barunya, strategi yang direkomendasikan adalah Broad diferensiasi strategy dengan pertimbangan akan perluasan pasar dan varian produk yang lebih banyak.

kata kunci: Strategi bersaing, SWOT analisis

Abstract

*Name :Christian Samuel Simbar
NPM :2016320230
Title :Growth Strategy PIPINOS*

Competition in the cake and cookie industry has increased during 2019 which is controlled by entrepreneurs on a small business scale. PIPINOS is a small-scale business engaged in the sale of cakes and cookies. It was founded in 2018 through social media Instagram and has opened a physical store in 2019. In the intense competition in this industry, the right strategy is needed to support the company's growth.

This type of research is qualitative descriptive analytic with the use of research methods in the form of case studies in company business activities. The study was conducted by analyzing the external and internal environment of the company. The external environment is analyzed using porter 5 forces while the internal environment is analyzed through the operational, marketing functions, Finance, and Human resource of the company. External and internal analysis is then integrated into the SWOT matrix analysis to formulate alternative strategies from strengths, weaknesses, opportunities, and corporate threats.

The research findings show that the competitive strategy that has been implemented by the company is a competitive strategy focused on differentiation. Focus on targeting the middle class and above with a range of ages 25 years to 30 years that have an income. Differentiation through quality, price and variety of products. In preparing the company for the new branches, the recommended strategy is Broad differentiation strategy with consideration of market expansion and more product variants.

keywords: Competitive strategy, SWOT analysis

Kata Pengantar

Puji dan Syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa akan berkat serta rahmat yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul Strategi pertumbuhan PIPINOS dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini disusun dalam rangka untuk memenuhi 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. Pada kesempatan ini peneliti dengan segenap hati mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil. Sebagai Dosen pembimbing penulis yang dengan sabar mau membimbing penulis. Terima kasih atas waktu, tenaga, serta ilmu yang diberikan selama proses bimbingan.
2. Kepada owner PIPINOS, yaitu ci Pipin dan Kak Fadli yang sudah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di perusahaannya.
3. Kedua Orangtua Penulis yang turut memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
4. Bapak Yoke Pribadi Komarius, S.AB., M.Si. Selaku ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
5. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis UNPAR yang telah memberikan ilmu, pengalaman, beserta wawasan kepada penulis selama menempuh studi di UNPAR.

6. Teman-teman seperjuangan di Prodi administrasi bisnis Odi, Zola, Bayu, Aldi yang selalu membantu dan menyemangati penulis dalam pembuatan skripsi.
7. Teman-teman “Barisan Senang Hati” Kemal, Nins, Marfin, Bagus, Dea, Rio. Terima kasih sudah mengajarkan penulis bahwa tidak ada kata terlambat dalam menjalin persahabatan.
8. Teman-teman tim TDS. Hess, Calvin, Dean, Albert yang menemani penulis di Astera dan Seliana selama masa pandemi melanda di Indonesia.
9. Stephanie Alberta Lensun yang sudah menemani penulis selama 6 Tahun . Terima kasih atas kepercayaan dan kesabarannya sampai dengan saat ini.
10. Teman-Teman Royalty Bandung.

Penulis Sadar bahwa penelitian dan penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis terbuka untuk menerima kritik dan saran dari berbagai pihak yang telah menerima serta membaca skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna untuk pihak yang membacanya. Terimakasih

Manado, 18 juli 2020

Penulis

Daftar Isi

Pernyataan	iii
<i>Abstract</i>	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xii
BAB I	3
1.1 Latar belakang Masalah.....	3
1.2 Rumusan masalah.....	4
1.3 tujuan penelitian	4
1.3 manfaat penelitian	5
1.4 kerangka pemikiran	5
BAB II Landasan Teori.....	7
2.1 Pengertian Strategi	7
2.2 Strategi bersaing	7
2.3 Manajemen Strategi.....	10
2.4 Analisis internal	13
2.4.1 Fungsi Operasional	13
2.4.2 Fungsi Pemasaran.....	14
2.4.3 Fungsi Keuangan.....	16
2.4.4 Fungsi SDM	17

2.5 Analisis eksternal	19
2.2.1 Porter 5 forces	19
2.6 Analisis dan Matriks SWOT	27
BAB III.....	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Protokol Studi	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1 Wawancara.....	35
3.4.2 observasi	35
3.4.3 Sumber Data.....	36
3.4.4 Teknik Analisis Data	36
3.5 Model Penelitian	38
BAB IV	39
OBJEK PENELITIAN	39
4.1 Profil perusahaan.....	39
4.2 Sejarah perusahaan.....	40
4.3 Tentang Perusahaan.....	40
4.3.1 Jam Operasional	42
4.3.2 Harga Produk PIPINOS	43
4.3.3 Produk PIPINOS	44
4.3.4 Promo Hampers.....	46

BAB V.....	48
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	48
5.1 Analisis Eksternal	48
5.1.1 Porter 5 forces	48
5.2. Analisis Internal	52
5.2.1 Operasional	52
5.2.2 Pemasaran	55
5.2.3 Fungsi keuangan.....	58
5.2.4 Fungsi SDM	59
5.4 Rancangan Strategi.....	60
5.4.1 Analisis SWOT	60
5.4.2 SWOT matrix	66
BAB VI	75
KESIMPULAN DAN SARAN	75
6.1 kesimpulan.....	75
6.2 Saran.....	76
Daftar Pustaka	78
Hasil Wawancara.....	80

Daftar Tabel

3.1 Protokol Studi.....	28
5.1 Tabel Matrix SWOT.....	60

Daftar Gambar

1.1 Kerangka Pemikiran.....	5
4.1 Logo PIPINOS.....	36
4.2 Promosi Kolaborasi.....	38
4.3 Menu PIPINOS.....	39
4.4 Produk Lemon Lavender.....	40
4.5 Produk Mini Choco.....	40
4.6 Produk Marble cake.....	40
4.7 Produk Fudgy Brownies.....	41
4.8 Produk Triple Choco.....	41
4.9 Produk Jumbo Cheese.....	41
4.10 Produk Jumbo Choco Melt.....	42
4.11 Promo Hampers Lebaran.....	42
4.12 Promo Hampers Natal.....	42
5.1 Penggunaan jasa Endorse.....	53
5.2 Kolaborasi Brand.....	54

BAB I

1.1 Latar belakang Masalah

Pertumbuhan industri kuliner pada tahun 2019 di Indonesia menurut badan pusat statistik merupakan industri yang mengalami peningkatan paling tinggi dengan presentase sebesar 67,66%. Menurut Asosiasi Perusahaan Jasa Boga Indonesia (APJI) tentang pertumbuhan bisnis pada industri kue dan roti di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2019 sebesar 12,7%. Para pelaku usaha di dalamnya merupakan 60% produsen dengan skala bisnis kecil (mikro), 30% produsen skala menengah, sisanya 10% produsen dengan skala besar. (Medcom.id, 2019)

Pertumbuhan Kota Bandung dikenal sebagai kota yang kaya akan wisata kuliner, sehingga tidak heran jika terdapat banyak destinasi wisata kuliner di Kota Bandung. Pertumbuhan ini sudah terjadi sejak dulu, namun baru mengalami ledakan pertumbuhan akhir-akhir ini. salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan, adalah toko kue di kota Bandung. Peningkatan yang sangat pesat terjadi dikarenakan meningkatnya minat masyarakat dalam mengkonsumsi kue serta kecenderungan wisatawan yang berlibur menjadikan kue sebagai salah satu pilihan untuk dibawa pulang.

Meningkatnya pertumbuhan industri toko kue bisa dilihat dari pertumbuhan toko-toko kue yang masuk ke kota Bandung, seperti

Bandung Makuta milik Laudya Chyntia Bella, Princess Cake milik syahrini, Bandung Kunafe milik Irfan Hakim, Pevo Cake milik Pevita Pearce, Bandung Kanya milik Raffi Ahmad, Cita Cake milik Cita Citata, dan Madinah Cake milik Angel Lelga. (astri, 2018)

Kelompok pemain-pemain lama di industri toko kue di Bandung ikut berpartisipasi dalam peningkatan pada industri ini serta menambah ketatnya persaingan. Toko-toko tersebut menawarkan produk oleh-oleh yang hampir sama satu dengan lainnya. Toko-toko tersebut antara lain adalah kartika sari, prima rasa, sari-sari, dan lainnya

Adapun kelompok brand-brand dengan skala bisnis yang besar yang telah di kenal oleh masyarakat secara luas lalu memutuskan untuk mengembangkan usahanya dengan membuka cabang di kota bandung, Brand-brand tersebut adalah, Holland bakery, Bread talk , JCO, dll.

Perkembangan teknologi dan komunikasi berupa media sosial mendukung pertumbuhan serta menaikkan tingkat persaingan pada industri ini. Pertumbuhan dapat dilihat dengan mulai bermunculan produsen-produsen dengan skala kecil yang berjualan lewat dunia maya. Penerapan strategi bersaing yang tepat menjadi kunci penting dalam keberlangsungan serta pertumbuhan suatu perusahaan. Kurangnya pengetahuan tentang pasar serta tidak tepatnya penggunaan strategi dapat berujung pada kerugian hingga ketidakmampuan perusahaan untuk bertumbuh.

Toko kue PIPINOS merupakan salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang Industri kue dan kukis. PIPINOS pada awalnya hanya beroperasi lewat media online pada tahun 2018. Nama Brand PIPINOS dipilih atas dasar pelafalannya yang gampang yang bisa disebutkan oleh orang-orang dari mana saja. PIPINOS sendiri dipilih karena dianggap unik serta membawa keceriaan dalam penyebutannya. Banyaknya permintaan menjadi dasar bagi PIPINOS untuk memutuskan membuka toko fisik pertamanya pada tahun 2019 di Parahyangan residence.

Menurut Undang – undang no 20 tahun 2008 yang mengklasifikasikan skala usaha bisnis perusahaan berdasarkan aset dan omsetnya, letak perusahaan PIPINOS saat ini berada pada kategori usaha kecil dengan Aset di luar bangunan perusahaan kurang dari 50 juta dan omset yang tidak lebih dari 300 juta. Aset yang dimaksud pada perusahaan PIPINOS meliputi, Inventaris Dapur (Kompor, *microwave*, oven listrik, alat pencampur), etalase dan aksesoris .

Selama awal pembukaan toko fisik PIPINOS mengalami peningkatan permintaan akan produk-produknya, sehingga pada tahun 2020 PIPINOS memutuskan untuk memperluas pertumbuhan bisnisnya dengan membuka cabang barunya di Bandung. Berdasarkan hal tersebut, penulis ingin membantu PIPINOS untuk mengetahui lebih dalam terkait kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman baik eksternal ataupun internal pada PIPINOS serta mengategorikan kegiatan yang selama ini telah dijalankan tergolong dalam jenis strategi bersaing yang mana.

Adapun judul dari pada topik skripsi yang di ambil adalah “Strategi Pertumbuhan PIPINOS”.

1.2 Rumusan masalah

PIPINOS merupakan bisnis kuliner yang bergerak dalam pembuatan kue di bandung. PIPINOS ingin mengetahui apakah selama ini PIPINOS telah menerapkan strategi bersaing yang tepat lewat kegiatan operasional, dan pemasaran,

Dengan demikian rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Strategi bersaing apa yang sedang diterapkan oleh PIPINOS selama ini?
2. Bagaimana analisis lingkungan eksternal dan internal dari pada PIPINOS?
3. Strategi Bersaing apa yang dapat diterapkan PIPINOS dimasa yang akan datang dalam cakupan operasional dan pemasarannya?

1.3 tujuan penelitian

sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan dilakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi apa yang sedang diterapkan oleh PIPINOS
2. Menganalisis lingkungan eksternal dan internal dari PIPINOS
3. Mengetahui strategi apa yang dapat diterapkan PIPINOS dimasa yang akan datang.

1.3 manfaat penelitian

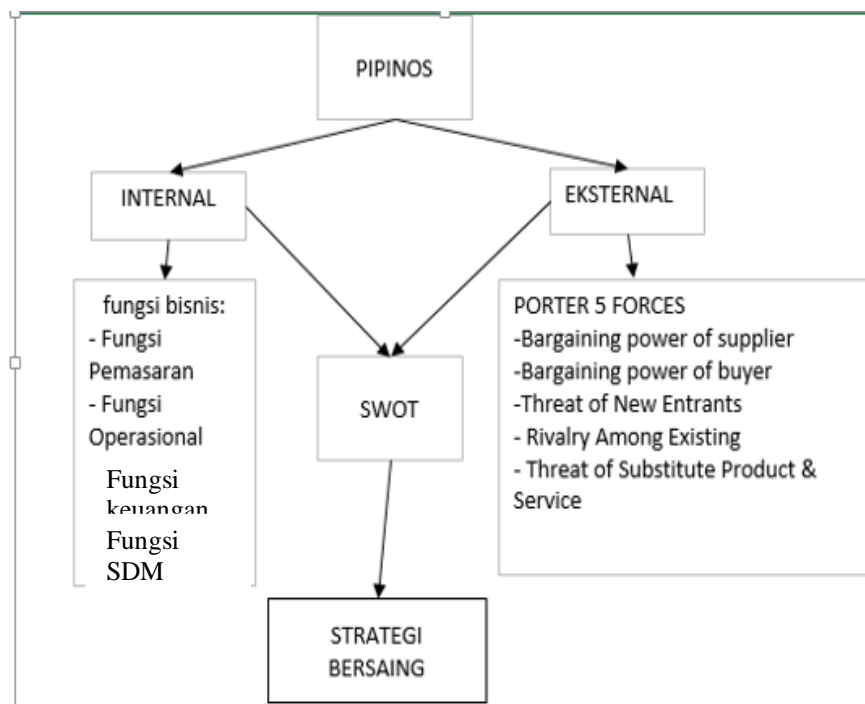
- Bagi perusahaan:
 - Membantu PIPINOS dalam mengidentifikasi strategi yang diterapkan saat ini ,serta membangun strategi untuk jangka panjang dengan meminimalisir kelemahan yang ada pada perusahaan, serta sebagai acuan perusahaan dalam menerapkan strategi baru.
- Bagi Penulis:
 - Memperluas wawasan peneliti terkait dengan penggunaan strategi bersaing yang tepat dan efektif, serta sebagai ilmu pengetahuan bagi penulis dalam industri bisnsis kuliner.

1.4 kerangka pemikiran

Dalam proses analisis strategi yang dilakukan pada PIPINOS, penulis melakukan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Analisis ini bertujuan untuk mengkategorikan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dapat mempengaruhi perusahaan secara langsung, Sehingga kedepannya PIPINOS dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang serta meminimalisir ancaman dan kelemahan yang ada pada PIPINOS agar dapat menghasilkan suatu strategi bersaing yang dapat unggul, efektif, dan efisien

Proses penelitian menggunakan faktor-faktor yang berada di dalam dan diluar lingkungan perusahaan, faktor faktor tersebut meliputi Fungsi Pemasaran, Fungsi Operasional, Fungsi keuangan, dan Fungsi sumber daya manusia untuk internal perusahaan, sedangkan untuk analisis

eksternal menggunakan *porter 5 forces* yang terdiri dari kekuatan daya tawar pemasok, kekuatan daya tawar pembeli, ancaman pendatang baru, ancaman produk substitusi, persaingan antar perusahaan. Setelah dikategorikan berdasarkan analisis tersebut selanjutnya akan di gabungkan kedalam analisis SWOT yang nantinya berdasarkan analisis SWOT , maka akan menghasilkan strategi bersaing bisnis pada perusahaan.



Gambar 1.1