



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Strategi Bersaing Kopi Lain Hati**

Skripsi

Oleh

Elva Priska Saragih

2016320192

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/2020*

**Analisis Strategi Bersaing Kopi Lain Hati**

Skripsi

Oleh

Elva Priska Saragih

2016320192

Pembimbing

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Bandung

2020

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



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Elva Priska Saragih  
Nomor Pokok : 2016320192  
Judul : Analisis Strategi Bersaing Kopi Lain Hati

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

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Angela Caroline, S.AB., MM.

: \_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

  
28 Jul 2020

: \_\_\_\_\_

**Anggota**

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

: \_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Elva Priska Saragih

NPM : 2016320192

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bersaing Kopi Lain Hati

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, 20 Juni 2020



Elva Priska Saragih

## ABSTRAK

Nama : Elva Priska Saragih

NPM : 2016320192

Judul : Analisis Strategi Bersaing Kopi Lain Hati

---

Meningkatnya jumlah *coffee shop* berdampak pada persaingan industri *coffee shop* yang menjadi semakin ketat. Salah satu usaha yang mencoba peruntungan dalam industri ini adalah Kopi Lain Hati yang merupakan sebuah *franchise*. Kopi Lain Hati menggunakan strategi diferensiasi, dimana menawarkan varian minuman yang unik, menggunakan bahan baku yang berbeda dari *coffee shop* lainnya, dan melakukan pemasaran menggunakan video pendek melalui media sosial Instagram. Sehingga pada penelitian ini, peneliti ingin melihat apakah persepsi pemilik mengenai strategi bersaing yang digunakan telah sesuai dengan analisis yang dilakukan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, dan pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan angket. Data dianalisis menggunakan analisis lingkungan eksternal yaitu *Porter's Five Forces*, dan analisis lingkungan internal melalui fungsi operasional, *marketing*, keuangan & akuntansi, serta SDM. Setelah itu, dilakukan analisis Matriks SWOT untuk melihat strategi apa yang dapat diusulkan oleh peneliti untuk Kopi Lain Hati.

Berdasarkan hasil analisis, Kopi Lain Hati yang menggunakan strategi bersaing diferensiasi untuk membuat produk yang unik, bahan baku berkualitas, dan pemasaran yang unik tersebut telah berhasil digunakan untuk bersaing dalam industri *coffee shop*. Sehingga persepsi pemilik mengenai strategi bersaing yang digunakan telah sesuai dengan analisis yang dilakukan. Untuk dapat terus bersaing dalam industri *coffee shop*, Kopi Lain Hati dapat bekerjasama dengan *brand* lain untuk menghasilkan varian kopi yang unik, dan memperluas pangsa pasar dengan membuka *franchisee* di berbagai daerah di Indonesia.

**Kata Kunci : *Coffee shop*, Strategi Bersaing, Analisis Lingkungan Eksternal, Analisis Lingkungan Internal, Matriks SWOT**

## ABSTRACT

*Name : Elva Priska Saragih*

*NPM : 2016320192*

*Title : Competitive Strategy Analysis of Kopi Lain Hati*

---

*The increasing number of coffee shops has an impact on the increasingly intense competition in the coffee shop industry. One of the businesses that try their luck in this industry is Kopi Lain Hati, which is a franchise. Kopi Lain Hati uses a differentiation strategy, which offers a unique beverage variant, uses raw materials that are different from other coffee shops, and does marketing using short videos through social media Instagram. So in this research, researchers wanted to see whether the owner's perception of the competitive strategy used was in accordance with the analysis conducted.*

*This research uses qualitative methods with descriptive research type, and data collection through interviews, documentation, and questionnaires. Data were analyzed using external environment analysis, Porter's Five Forces, and internal environment analysis through operational, marketing & sales, financial & accounting functions, and HR. After that, a SWOT Matrix analysis is performed to see what strategies researchers can propose for Kopi Hati Hati.*

*Based on the results of the analysis, Kopi Lain Hati that uses differentiation competitive strategies to create unique products, quality raw materials, and unique marketing has been successfully used to compete in the coffee shop industry. So the owner's perception of the competitive strategy used is in accordance with the analysis conducted. To be able to continue to compete in the coffee shop industry, Kopi Lain Hati can collaborate with other brands to produce unique coffee variants, and expanding market share by opening franchisees in various regions in Indonesia.*

***Keyword : Coffee shop, Competitive Strategy, External Environmental Analysis, Internal Environmental Analysis, SWOT Matrix***

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul Analisis Strategi Bersaing Kopi Lain Hati dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari hambatan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang memberikan doa, bimbingan, dan bantuan kepada penulis. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis selama masa perkuliahan dan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, dan dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam membimbing penulis serta memberikan ilmu yang bermanfaat sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
3. Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB. selaku dosen wali dari penulis yang telah melakukan konsultasi mengenai mata kuliah yang akan diambil oleh penulis selama masa perkuliahan.
4. Ricka Mellya dan Felicia Ebelin yang selalu mendukung selama masa perkuliahan, dan memberi warna baru dalam kehidupan penulis.



5. Delvina Agustine dan Rointan, yang telah menjadi teman penulis semenjak masa Ospek, dan selalu mendukung selama masa perkuliahan.
6. Shinta Meiria, Veren, Nia, dan Winda teman SMA yang walaupun jarang bertemu, tetap saling kontak dan mendukung saya selama masa perkuliahan.
7. Regina, Jansen, Velicia, Cindy, Anna, Karin, teman SMP yang selalu mendukung penulis, dan selalu ada untuk bergosip.
8. Sylvia Nadya, teman sekaligus pemilik *franchisee* Kopi Lain Hati yang telah membantu penulis selama penulisan skripsi ini.
9. Meivianda, teman yang baru dekat karena memiliki dosen pembimbing yang sama, dan selalu membantu selama penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari akan segala kekurangan yang ada dalam proses menyelesaikan skripsi ini, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman yang ada. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk membangun agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi, dan dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Bandung, 13 Juli 2020

Elva Priska Saragih

## Daftar Isi

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>I</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>II</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>III</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.....	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH .....	3
1.3 TUJUAN PENELITIAN .....	3
1.4 MANFAAT PENELITIAN .....	3
<b>BAB II .....</b>	<b>5</b>
<b>KERANGKA TEORI .....</b>	<b>5</b>
2.1 STRATEGI .....	5
2.2 STRATEGI BERSAING.....	5
2.3 STRATEGI GENERIK.....	5
2.3.1 <i>Strategi Kepemimpinan Biaya Rendah</i> .....	6
2.3.2 <i>Strategi Diferensiasi</i> .....	6
2.3.3 <i>Strategi Fokus</i> .....	6
2.4 ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL .....	7
2.4.1 <i>Analisis Porter's Five Forces</i> .....	8
2.5 ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL.....	12
2.5.1 <i>Fungsi Operasional</i> .....	12

2.5.2 Fungsi Marketing (Pemasaran).....	13
2.5.3 Fungsi Keuangan & Akuntansi.....	13
2.5.4 Fungsi Sumber Daya Manusia.....	13
2.6 ANALISIS SWOT.....	13
2.6.1 Faktor Internal dan Eksternal.....	14
<b>BAB III.....</b>	<b>16</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>16</b>
3.1 METODE PENELITIAN.....	16
3.2 JENIS PENELITIAN.....	16
3.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	16
3.3.1 Wawancara.....	17
3.3.2 Dokumentasi.....	17
3.3.3 Angket (Kuesioner).....	18
3.4 SUMBER DATA.....	18
3.4.1 Data Primer.....	18
3.4.2 Data Sekunder.....	18
3.5 TEKNIK ANALISIS DATA.....	19
3.5.1 Analisis Porter's Five Forces.....	19
3.5.2 Analisis SWOT & Matriks SWOT.....	19
<b>BAB IV.....</b>	<b>21</b>
<b>OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
4.1 SEJARAH PERUSAHAAN.....	21
4.2 VISI DAN MISI PERUSAHAAN.....	22
4.2.1 Visi Perusahaan.....	22

4.2.2 Misi Perusahaan .....	22
4.3 VARIAN PRODUK DAN HARGA .....	23
<b>BAB V.....</b>	<b>24</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>24</b>
5.1 STRATEGI BERSAING KOPI LAIN HATI.....	24
5.2 ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL .....	25
5.2.1 Analisis Porter's Five Forces .....	25
5.3 ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL.....	37
5.3.1 Fungsi Operasional.....	37
5.3.2 Fungsi Marketing (Pemasaran).....	38
5.3.3 Fungsi Keuangan & Akuntansi .....	40
5.3.4 Fungsi Sumber Daya Manusia.....	40
5.4 PERUMUSAN STRATEGI .....	41
5.4.1 Analisis Matriks SWOT.....	41
5.5 HASIL ANALISIS STRATEGI .....	48
<b>BAB VI.....</b>	<b>50</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>50</b>
6.1 KESIMPULAN.....	50
6.2 SARAN.....	51

## Daftar Tabel

Tabel 4.1 Varian Produk dan Harga Kopi Lain Hati .....	23
Tabel 5.1 Analisis SWOT .....	41
Tabel 5.2 Matriks SWOT .....	42

## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Perkembangan jumlah coffee shop baru di Kota Bandung .....	2
Gambar 5.1 <i>Cross Tabulation Threat of New Entrants (Capital requirement for new entrants)</i> .....	26
Gambar 5.2 <i>Cross Tabulation Threat of New Entrants (Government Policies)</i> .....	26
Gambar 5.3 <i>Cross Tabulation Threat of New Entrants (Access to suppliers and distribution channels)</i> .....	28
Gambar 5.5 <i>Cross Tabulation Bargaining Power of Supplier (Dependence of a supplier's sale on a particular buyer)</i> .....	30
Gambar 5.6 <i>Cross Tabulation Bargaining Power of Supplier (Availability of suppliers for immediate purchase)</i> .....	30
Gambar 5.7 Data hasil kuesioner 1, mengenai sensitivitas harga .....	31
Gambar 5.8 <i>Cross Tabulation Bargaining Power of Buyer (Price Sensitivity)</i> .....	31
Gambar 5.9 <i>Cross Tabulation Bargaining Power of Buyer (Buyer Satisfaction)</i> .....	32
Gambar 5.10 <i>Cross Tabulation Bargaining Power of Buyer (Substitute Available On The Market)</i> .....	32
Gambar 5.11 Data hasil kuesioner 2, mengenai produk pengganti yang tersedia .....	33
Gambar 5.12 <i>Cross Tabulation Threat of Substitute Product (Number of Product Available)</i> .....	33
Gambar 5.13 Data hasil kuesioner 2, mengenai kemudahan untuk mendapat produk pengganti .....	34
Gambar 5.14 <i>Cross Tabulation Threat of Substitute Product (Kemudahan mendapat produk pengganti)</i> .....	34
Gambar 5.15 Data hasil kuesioner 2, mengenai perbandingan harga produk pengganti dan kopi .....	34

Gambar 5.16 <i>Cross Tabulation Threat of Substitute Product (Price Of A Substitute Product)</i> .....	35
Gambar 5.17 <i>Cross Tabulation Rivalry Among Existing Firms (Number Of Competitor)</i> .....	36
Gambar 5.18 <i>Cross Tabulation Rivalry Among Existing Firms (Industry Growth)</i> .....	36
Gambar 5.19 <i>Cross Tabulation Rivalry Among Existing Firms (Barriers To Exit)</i> .....	36
Gambar 5.20 Data hasil kuesioner 3, mengenai kualitas bahan baku Kopi Lain Hati.....	38
Gambar 5.21 Data hasil kuesioner 3, mengenai teknik pemasaran Kopi Lain Hati .....	39
Gambar 5.22 Promo Melalui GoJek .....	43
Gambar 5.23 Data hasil kuesioner 1, mengenai promo yang ditawarkan Kopi Lain Hati .....	44
Gambar 5.24 Varian Baru Hasil Kerja Sama Dengan <i>Brand</i> Cadbury.....	45
Gambar 5.25 Data hasil kuesioner 3, mengenai varian minuman Kopi Lain Hati.....	44
Gambar 5.26 Data Pengguna Instagram di Indonesia Januari 2020 .....	46

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini bisnis *coffee shop* di Indonesia sedang berkembang dengan pesat. Perubahan gaya hidup masyarakat membantu pertumbuhan industri *coffee shop*, dimana masyarakat dari berbagai kalangan dan umur khususnya kaum muda yang menyukai berkumpul di *coffee shop* dengan teman untuk berbincang-bincang atau mengerjakan tugas. Pertumbuhan usaha kedai kopi diprediksi akan naik 15%-20% pada tahun 2019. Kedai kopi juga membantu serapan kopi produksi dalam negeri, dan diprediksi akan naik hingga 35%-40% pada akhir tahun ini. (Zuhriyah, 2019).

Pesatnya perkembangan industri *coffee shop* saat ini dapat membawa dampak positif, dimana konsumen memiliki pilihan yang lebih banyak dibandingkan sebelum banyaknya bisnis baru yang bermunculan dengan berbagai macam varian kopi, dan harga yang bervariasi. Sehingga konsumen dengan kemampuan ekonomi yang berbeda dapat membeli produk kopi yang diinginkan. Melihat keberhasilan *coffee shop* yang ada, banyak pebisnis yang mencoba peruntungannya dalam industri *coffee shop*.





Gambar 1.1 Perkembangan jumlah coffee shop baru di Kota Bandung

Sumber : (Pergidulu, 2019)

Contohnya di kota Bandung, seperti yang dapat dilihat pada gambar di atas, setiap tahunnya *coffee shop* yang dibuka selalu mengalami peningkatan. *Coffee shop* baru tersebut pun menawarkan berbagai macam konsep, dari yang kecil dan sederhana hingga *coffee shop* besar dengan konsep yang elegan. Sedangkan, dampak negatif dari perkembangan industri *coffee shop* adalah semakin banyak *coffee shop* yang bermunculan, berarti semakin banyaknya pesaing. Oleh karena itu, sebuah *coffee shop* harus dapat memilih strategi bersaing yang tepat dan dapat menjalankan strategi tersebut dengan baik, sehingga dapat bersaing dalam industri *coffee shop*.

Salah satu usaha yang juga mencoba peruntungan dalam bisnis *coffee shop* adalah Kopi Lain Hati, dimana Kopi Lain Hati yang merupakan *franchise* memiliki banyak pesaing terutama bisnis *franchise* kopi lainnya yang dapat ditemukan di berbagai lokasi di kota Bandung. Oleh karena itu, dibutuhkan sesuatu yang berbeda dan dapat selalu diingat oleh konsumen, serta perencanaan dan strategi yang tepat sehingga tidak kalah dalam persaingan industri *coffee shop* yang ketat. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis apa strategi bersaing yang digunakan oleh Kopi Lain Hati, dan apakah strategi bersaing tersebut dapat digunakan Kopi Lain Hati untuk bertahan dalam persaingan industri *coffee shop* yang ketat.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah disebutkan, Kopi Lain Hati berusaha untuk menerapkan strategi bersaing yang digunakan untuk bertahan dalam persaingan industri *coffee shop* saat ini. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa strategi bersaing yang digunakan Kopi Lain Hati selama ini ?
2. Bagaimana faktor lingkungan eksternal dan internal dalam mempengaruhi strategi bersaing Kopi Lain Hati ?
3. Apakah persepsi pemilik usaha mengenai strategi bersaing yang digunakan sudah sesuai dengan analisis yang dilakukan ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Pada penelitian Analisis Strategi Bersaing Kopi Lain Hati ini, memiliki tujuan yaitu :

1. Mengetahui strategi bersaing yang digunakan Kopi Lain Hati pada saat ini.
2. Mengetahui bagaimana faktor lingkungan eksternal dan internal dalam mempengaruhi strategi bersaing Kopi Lain Hati.
3. Mengetahui strategi bersaing yang digunakan oleh Kopi Lain Hati sudah sudah sesuai dengan analisis yang dilakukan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

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

### 1. Bagi Penulis

- Memenuhi salah satu syarat kelulusan dari Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan
- Menambah wawasan mengenai bagaimana faktor lingkungan eksternal dan internal dalam mempengaruhi strategi bersaing perusahaan.
- Menambah wawasan mengenai strategi bersaing yang tepat untuk digunakan sebuah perusahaan.

### 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengetahui apakah strategi bersaing yang digunakan saat ini telah berhasil digunakan untuk bersaing dalam industri *coffee shop*.

### 3. Bagi Penulis Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi apabila peneliti selanjutnya akan melakukan penelitian sejenis.