



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 Bisnis Perusahaan Minuman Sehat Yogo

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Albert Panggian

2016320228

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 Bisnis Perusahaan Minuman Sehat Yogo

Skripsi

Oleh

Albert Panggian

2016320228

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 : Albert Panggian
Nomor Pokok : 2016320228
Judul : Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Minuman Sehat Yogo

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 27 July 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M.



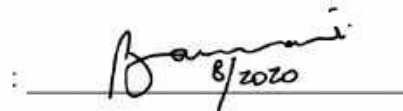
Sekretaris

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



Anggota

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Albert Panggian

NPM : 2016320228

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bisnis Minuman Sehat Yogo

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, 22 July 2020


Albert Panggian

The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow rectangular stamp. The stamp contains the text 'KETERANGAN', 'NO. 450664004', and '5000' with a small emblem on the right side. Below the stamp, the name 'Albert Panggian' is printed in black.

ABSTRAK

Nama : Albert Panggian
NPM : 201630228
Judul : “Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Minuman Sehat Yogo”

Perusahaan Yogo merupakan sebuah perusahaan *yogurt juice* pertama di Indonesia yang beroperasi sejak Mei 2019 dan telah memiliki 2 cabang yakni di Mal Living World Alam Sutra dan Mal Kelapa Gading 3 Jakarta. Pada perkembangan zaman modern sekarang ini membuat perilaku konsumtif masyarakat menjadi bertambah, terutama faktor perilaku konsumtif masyarakat terhadap makanan dan minuman. Seiring berjalannya waktu masyarakat sadar akan kesehatan mereka dan biaya pengobatan yang mahal sehingga mendorong masyarakat menerapkan *healthy lifestyle* dengan melakukan olahraga secara rutin maupun memilih makanan ataupun minuman sehat. Kemudian para *founder* dari perusahaan Yogo melihat peluang dari perilaku masyarakat yang semakin konsumtif dan adanya tren *healthy lifestyle* yang kemudian membuat produk minuman sehat yakni *yogurt juice* yang dapat dinikmati dikalangan masyarakat usia muda sampai dengan usia lanjut. Adanya ancaman dari pendatang baru yang memiliki modal yang lebih besar dan produk pengganti mendorong perusahaan Yogo berinovasi untuk dapat bersaing dan bertahan dengan pendatang baru tersebut.

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi yang digunakan perusahaan Yogo dalam menjalankan bisnisnya. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitis dengan metode studi kasus. Pengumpulan data yang dilakukan dengan metode wawancara terstruktur dan observasi tidak terstruktur. Data di analisis menggunakan analisis internal yaitu operasional, pemasaran, keuangan, dan juga SDM. Adapun juga analisis eksternal menggunakan Porter's Five Forces. Kemudian di analisis menggunakan Matriks SWOT.

Penelitian ini menunjukkan bahwa saat ini strategi yang digunakan oleh perusahaan Yogo, yaitu diferensiasi pada upaya membuat produk minuman sehat yang berbeda berupa *yogurt juice* pertama di Indonesia. Sementara itu, untuk strategi yang akan datang berdasarkan matriks SWOT strategi yang sudah diimplementasikan yaitu *Focus Differentiation Strategy*, berdasarkan teori strategi generik menurut Irwin. Dari analisis tersebut perusahaan Yogo perlu menyiapkan rancangan strategi untuk kedepannya yang membantu dalam mencapai fokus yang diinginkan tersebut.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, *Healthy Lifestyle*, Analisis Internal, Analisis Eksternal, SWOT.

ABSTRACT

Name : Albert Panggian

NPM : 201630228

Title : **"Yogo Healthy Drink Company Business Strategy Analysis"**

The Yogo Company is the first yogurt juice company in Indonesia to operate since May 2019 and has 2 branches, namely in the Living World Mall Alam Sutra and Mal Kelapa Gading 3 Jakarta. In the development of modern times, this makes the consumptive behavior of the people to be increased, especially the factor of the consumptive behavior of the people towards food and drink. Over time the community is aware of their health and expensive medical costs so that it encourages people to adopt a healthy lifestyle by doing regular exercise or choosing healthy foods or drinks. Then the founders of the yogo company saw the opportunities of increasingly consumptive community behavior and the existence of healthy lifestyle trends which later made healthy beverage products namely yogurt juice that could be enjoyed among young people to old age. Threats from new entrants who have more capital and substitute products encourage yogo companies to innovate to be able to compete and survive with these newcomers.

This study aims to analyze the strategies used by yogo companies in running their business. This research is a analytical descriptive research with case study method. Data collection is done by structured interview methods and unstructured observation. Data were analyzed using internal analysis, namely operational, marketing, financial, and also HR. The external analysis also uses Porter's Five Forces. Then analyzed using the SWOT Matrix.

This study shows that the current strategy used by the Yogo company, namely differentiation in efforts to make different healthy drink products in the form of yogurt juice is the first in Indonesia. Meanwhile, for the upcoming strategy based on the SWOT matrix the strategy that has been implemented is Focus Differentiation Strategy, based on generic strategy theory according to Irwin. From this analysis yogo company needs to prepare a draft strategy for the future that helps in achieving the desired focus.

Keywords: Consumptive Behavior, Healthy Lifestyle, Internal Analysis, External Analysis, SWOT.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Minuman Sehat Yogo” dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini disusun dalam rangka untuk dapat memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosiasl 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 Yang Maha Esa atas segala penyertaan dan perlindungan yang Engkau berikan dalam setiap langkah yang saya jalani dan memberikan banyak berkat sehingga pada akhirnya penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tuaku terkasih. Terima kasih atas segala kesabaran, dukungan moril dan doa yang telah diberikan dalam setiap proses termasuk dalam proses penyelesaian skripsi ini
3. Kedua saudara saya, terima kasih untuk semangat dan perhatian yang telah diberikan
4. Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam membimbing peneliti serta

memberikan ilmu yang bermanfaat sehingga peneliti dapat mengerjakan dan mendalami topik yang diteliti.

5. Teman Pejuang Adbis yang telah mensupport penulis dalam melakukan penulisan skripsi ini
6. Oswell Suwandi sebagai salah satu Owner Yogo yang telah mengizinkan peneliti menggunakan perusahaan Yogo sebagai objek penelitian dan membantu peneliti dalam setiap proses penelitian serta observasi.
7. Untuk diriku sendiri. Terima kasih atas segala kekuatan dan kesabaran yang telah dijalani dari semester 1 hingga semester 8 ini yang penuh dengan suka dan suka yang dihadapi sehingga akhirnya dapat menyelesaikan ini semua hingga akhir.

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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Kerangka Pemikiran	4
BAB 2 KERANGKA TEORI	7
2.1 Pengertian Strategi	7
2.1.1 Jenis Strategi menurut Porter	7
2.1.2 Jenis Strategi menurut Irwin	9
2.1.3 Jenis Strategi Menurut David	10
2.2 Analisis Lingkungan Eksternal & Lingkungan Internal Perusahaan	12
2.3 Lingkungan Eksternal Perusahaan (<i>Porter's Five Forces Model</i>)	13
2.4 Lingkungan Internal Perusahaan	17
2.5 Analisis dan Matriks SWOT	21

BAB 3	METODE PENELITIAN	24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Metode Penelitian.....	24
3.3	Teknik Pengumpulan Data	25
3.4	Sumber Data	26
3.5	Teknik Analisis Data	27
3.5.1	Analisis Aspek Eksternal (<i>Porter's Five Forces</i>)	27
3.5.2	Analisis Aspek Internal.....	27
3.5.3	Analisis Matriks SWOT (Eksternal & Internal).....	28
3.6	Model Penelitian.....	28
BAB 4	OBJEK PENELITIAN.....	29
4.1	Sejarah Perusahaan.....	29
4.2	Profil Yogo.....	30
4.2.1	Logo Perusahaan.....	30
4.2.2	Tujuan.....	30
4.2.3	Jam Operasional.....	31
4.2.4	Lokasi Yogo	31
4.2.5	Struktur Organisasi.....	31
4.3	Aktivitas Perusahaan	31
4.3.1	Produk dan Harga Yogo	32
4.3.2	Promosi Yogo	33
BAB 5	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	34
5.1	Strategi Yogo.....	34
5.2	Strategi kompetitif bersaing yang Akan Datang.....	36

5.2.1	Aspek Internal Yogo.....	36
5.2.2	Aspek Eksternal Yogo.....	43
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
6.1	Kesimpulan.....	54
6.2	Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....		57

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Studi Kasus	25
Tabel 5.1 Matriks SWOT	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Kerangka Berpikir	6
Gambar 2.1 <i>Porter's Five Forces Model</i>	14
Gambar 2.2 Matriks SWOT.....	23
Gambar 3.1 Model Penelitian	28
Gambar 4.1 Logo Utama Perusahaan Yogo	30
Gambar 4.2 Favorit dan <i>Best Seller</i> , Nomor 1 (Booze berry) & 2 (Power Berry)	32
Gambar 4.3 <i>Instagram</i> Yogo sebagai Kegiatan Promosi	33
Gambar 5.1 Suasana padat pengunjung di <i>booth</i> perusahaan minuman Yogo..	36
Gambar 5.2 <i>Booth</i> Perusahaan minuman Yogo	38
Gambar 5.3 Para Influencer yang bekerja sama dengan Perusahaan Yogo dalam memasarkan produk mereka	40
Gambar 5.4 <i>Partnership</i> perusahaan Yogo dengan aplikasi online.....	41

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perkembangan zaman modern ini memasuki era globalisasi dan negara-negara yang memasuki era itu adalah negara Indonesia yang dimana telah membuat sebuah perubahan-perubahan yang cukup signifikan dan menyangkut hampir keseluruhan bidang kehidupan. Dari perubahan tersebut ternyata memberikan dampak terhadap pola kehidupan masyarakat yang mencakup kebiasaan, adat, dan tradisi yang lama-kelamaan sudah mulai ditinggalkan secara perlahan. Kemudian dari dampak yang diberikan oleh era globalisasi ini membuat tingkat kompleksitas masyarakat menjadi lebih tinggi salah satunya adalah perilaku konsumtif masyarakat menjadi bertambah, terutama di faktor makanan dan minuman.

Menurut Setiaji (1995), perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan. (Setiaji, 1995)

Dari adanya perilaku masyarakat konsumtif tersebut secara tidak langsung menjadikan sebagian masyarakat sadar akan pentingnya kesehatan tubuh mereka serta biaya pengobatan yang mahal. Kemudian secara tidak langsung sebagian dari masyarakat itu pun mulai menerapkan *healthy lifestyle* dengan melakukan olahraga secara rutin maupun memilih makanan ataupun minuman sehat yang dikonsumsi mereka. Dapat dilihat dari fenomena yang terjadi di dalam pola perilaku masyarakat tersebut, Hal ini pun dilihat oleh para pendiri perusahaan Yogo dimana mereka

mempunyai ide untuk membuat produk yang menunjang tren *healthy lifestyle* tersebut.

Para pendiri ini pun melihat peluang di kota Tangerang, Banten yang dimana perlahan-lahan menjadi kota yang modern dan menjadi pusat perhatian. Dilihat dari kawasan yang mulai berkembang ini menjadikan suatu peluang bagi yogo terutama di mal yang banyak dikunjungi oleh masyarakat. Perusahaan Yogo pun mendirikan *booth*-Nya di mal dan menjadi pelopor dalam mendirikan perusahaannya di bidang *yogurt juice*. Dilihat dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan salah satu pemilik perusahaan, dapat dikatakan perusahaan yogo cukup ramai dikunjungi dari berbagai macam kalangan masyarakat usia muda sampai dengan lanjut usia untuk menikmati produk sehat mereka serta hal tersebut pun didukung dengan adanya tren *healthy lifestyle*.

Namun perusahaan yogo memiliki tantangan sendiri yakni munculnya beberapa pesaing yang menyajikan minuman yang serupa. Oleh karena itu, dalam penelitian ini bertujuan membantu perusahaan dalam menyusun serta mempersiapkan rancangan strategi bisnis yang lebih efektif untuk ke depan dan diharapkan dapat dilaksanakan oleh perusahaan. Dengan demikian penelitian ini berjudul “**Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Minuman Sehat Yogo**”

1.2 Identifikasi Masalah

Yogo merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang minuman sehat berupa *Yogurt Juice* pertama di Indonesia yang berdiri sejak Mei 2019 dan terletak di kota Tangerang, Banten. Yogo sendiri sudah mempunyai 2 *booth* penjualan, toko utama di Mal Living World Alam Sutra, Upper Ground, Jalan Alam Sutra Boulevard Kav. 21, Serpong Utara, Tangerang dan satu cabang di Mal Kelapa Gading 3, Jakarta Utara. Perusahaan yogo sendiri menjadi pelopor *yogurt juice*, dimana produk tersebut

lebih sehat dibandingkan dengan produk minuman lain seperti kopi-kopian, *milk tea*, *bubble tea* atau boba, dan lainnya. Dengan adanya produk tersebut secara langsung menjadikan perusahaan yogo harus berinovasi dan menonjolkan perbedaan dengan produk yang serupa. Perusahaan yogo pun terus berinovasi membuat penelitian sendiri pada resepnya seperti memiliki menu musiman agar unik dan segar, hal tersebut pun bisa dilihat di sosial media perusahaan yogo yakni *instagram* (*@it's.yogo*) yang terus menunjukkan varian menu baru dalam produk sehat mereka. Perusahaan yogo memakai sosial media serta bekerja sama dengan para *influencer* untuk memasarkan produk mereka ke masyarakat.

Dalam pelayanannya pun perusahaan yogo sendiri lebih mengutamakan para konsumen untuk mengambil langsung minumannya dan dibawa pulang atau *self service*. Kemudian yogo pun tidak hanya di toko *offline* saja melainkan mencakup toko *online* dan bekerja sama dengan aplikasi *online* seperti Go-jek dan Grabfood untuk memasarkan produk mereka. Dapat dilihat dari produk substitusi dan produk serupa yang muncul, hal tersebut menjadi ancaman bagi kelangsungan bisnis yogo, oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti akan membantu serta menyusun strategi yang tepat sehingga perusahaan yogo dapat mengembangkan usahanya serta dapat bersaing ditengahnya trend *healthy lifestyle* yang semakin banyak ini. Berikut adalah rumusan masalah yang digunakan untuk melakukan penelitian terhadap perusahaan Yogo :

1. Bagaimana Analisis Strategi untuk perusahaan minuman sehat Yogo?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Strategi yang diterapkan oleh perusahaan minuman Yogo saat ini

2. Faktor internal dan eksternal perusahaan minuman Yogo dalam menjalankan usahanya

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

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menambah wawasan mengenai persaingan yang efektif sehingga mampu bersaing dengan pesaing yang serupa. Serta menjadi salah satu wadah bagi peneliti untuk lebih memahami lebih luas pengetahuannya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu alat kelulusan dari program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan.

2. Bagi Yogo

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini diharapkan dapat membantu perusahaan Yogo untuk menjalankan strategi yang telah disusun secara efektif dalam jangka waktu yang cukup panjang untuk dijadikan bahan evaluasi untuk kinerja perusahaan pada saat ini dan yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

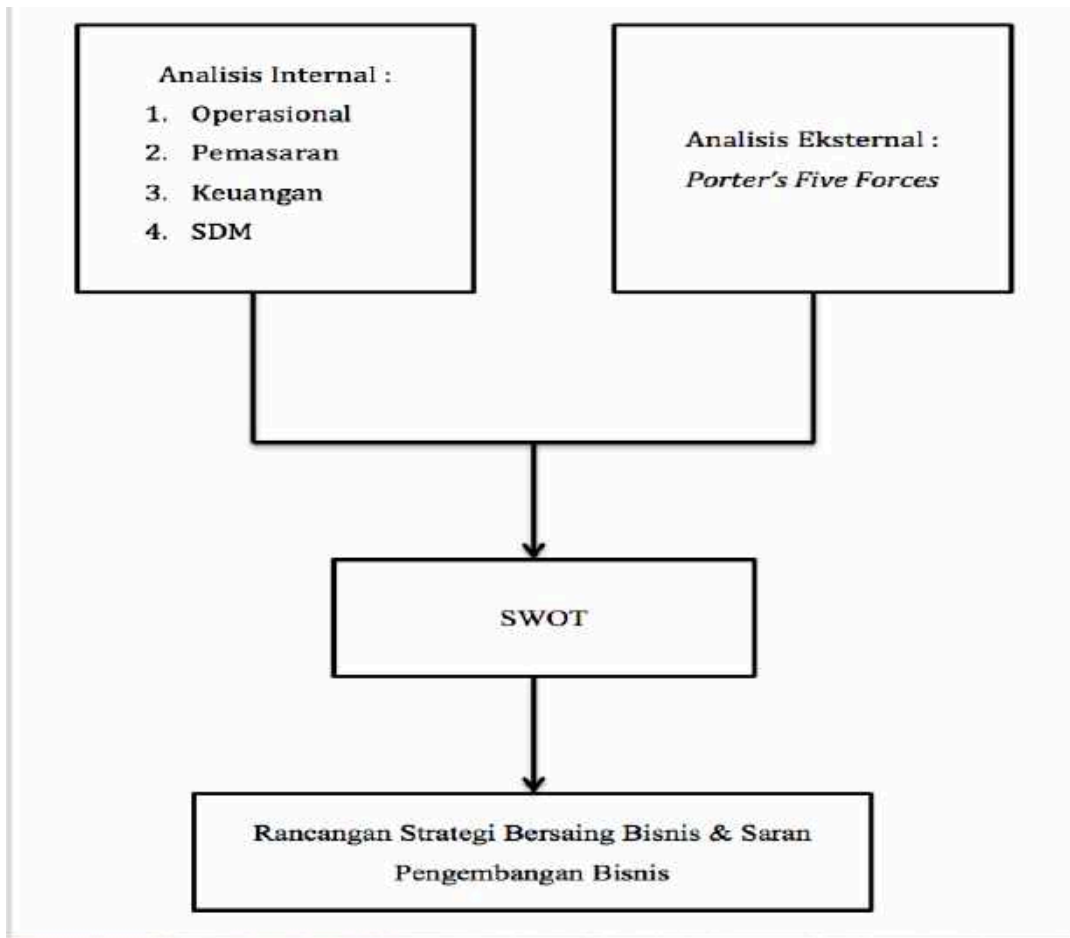
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti yang ingin membahas penelitian yang sejenis.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam proses menganalisis dan menentukan strategi kompetitif bersaing yang dilakukan untuk perusahaan Yogo, sebelumnya penulis harus melakukan analisis yang merupakan analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal

perusahaan. Tujuan dari menganalisis strategi keunggulan bersaing ini adalah agar dapat melihat peluang-peluang dan ancaman dari luar dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan perusahaan Yogo kedepannya. Faktor-faktor yang terdapat dalam analisis lingkungan internal ini terdiri dari faktor Operasional, Pemasaran, Keuangan, dan SDM. Kemudian terdapat faktor dari lingkungan eksternal juga yakni *Porter's Five Forces* yang terdiri dari, Ancaman dari Pendetang Baru (*Threat of New Entrants*), Persaingan antar kompetitor (*Rivalry Among Existing Firms*), Ancaman dari produk pengganti (*Threats of Substitute Products*), Kekuatan daya tawar pembeli (*Bargaining Power of Buyers*), Kekuatan daya tawar pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*). Dalam *Porter's Five Forces* membantu penulis memahami dimana letak kekuatan perusahaan untuk menghadapi persaingan didunia bisnis. Kemudian setelah mengetahui lingkungan internal dan eksternal perusahaan, digunakan analisis SWOT untuk merumuskan strategi perusahaan dan membantu mencegah terjadinya resiko dalam perusahaan.

Dari analisis yang telah diuraikan, maka analisis dan penelitian tersebut akan menghasilkan suatu rancangan strategi kompetitif bersaing baru yang dapat diterapkan perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya.



Gambar 1.1 Model Kerangka Berpikir