



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 diferensiasi Kopi Lain Hati Sumber Sari Bandung

Skripsi

Oleh

Dandy Rhamadan

2016320005

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, S.sos. MM,M.Phil.

Bandung

2021



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 diferensiasi Kopi Lain Hati Sumber Sari Bandung

Skripsi

Oleh

Dandy Rhamadan

2016320005

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, S.sos. MM,M.Phil.

Bandung

2021

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



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Dandy Rhamadan
Nomor Pokok : 2016320005
Judul : Analisis Strategi Diferensiasi Kopi Lain Hati Sumpersari Bandung

Menyetujui untuk diajukan pada
Ujian Sidang jenjang Sarjana
Bandung, 15 Januari 2021s

Pembimbing,

Dr. Theresia Gunawan, S.sos. MM,M.Phil.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

15 Januari 2021

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

Pernyataan

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dandy Rhamadan

NPM : 2016320005

Jurusan/ program studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis strategi diferensiasi Kopi Lain Hati Sumbersari
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 pihak orang lain yang dikutip ditulis dengan kaidah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apa bila sesuai aturan yang berlaku apabila kemudian hari diketahui pernyataan ini tidak benar.



Dandy Rhamadan
Bandung, 14 Desember 2020

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

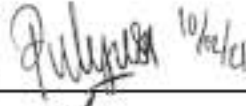



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Dandy Rhamadan
Nomor Pokok : 2016320005
Judul : Analisis Strategi Diferensiasi Kopi Lain Hati Sumbersari Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Minggu, 29 Januari 2021
Dan dinyatakan LULUS

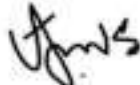
Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Rulyusa Pratikto S.AB., M.E

: 
=  =

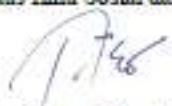
Sekretaris
Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

: _____

Anggota
Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

ABSTRAK

Nama : Dandy Rhamadan

NPM : 2016320005

Judul : Analisis Strategi Diferensiasi Kopi Lain Hati Sumbersari Bandung

Kopi Lain Hati Sumbersari Bandung merupakan salah satu usaha waralaba kopi dan berbentuk *coffee shop* modern pada umumnya. Kopi Lain Hati terletak di Jl. Sumber Mekar Kav.34 No.7, Babakan, Babakan Ciparay, Bandung, Jawa Barat dengan demilik dari Kopi Lain Hati ini bernama Sylvia Nadia. Kopi Lain Hati menyediakan fasilitas dan kualitas produk yang baik bagi para konsumen. Tujuan dari penelitian ini agar memperoleh data dan riset hal – hal yang penting dalam penerapan strategi seperti apa baik bagi usaha ini. Pemilik menerima penelitian agar ada hal-hal baru yang bisa dikembangkan.

Penelitian ini dilakukan dengan jenis penelitian deskriptif analitis dengan metode penelitian studi kasus. Penelitian deskriptif analitis merupakan suatu situasi atau fenomena dan menyampaikan fakta – fakta dengan jelas, teliti, dan lengkap melalui data – data yang telah dianalisis. Data – data tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis internal dan eksternal serta matriks SWOT.

Hasil dari penelitian ini mendapatkan bahwa strategi bersaing yang digunakan Kopi Lain Hati Sumbersari Bandung adalah strategi diferensiasi. Sesuatu hal dapat dilakukan dalam mendukung untuk strategi yang lebih baik maka, perlu memberikan pemahaman lagi tentang pemanfaatan promosi dengan menggunakan media yang saat sedang aktif penggunaannya seperti *facebook*, *Instagram*, dan media lainnya untuk menjangkau orang-orang dengan mempromosikan spesifik menu unik yang baru atau harga *discount* dengan menggunakan jasa orang yang cukup terkenal dalam mempromosikan. Mempertahankan hal-hal yang baik yang sudah ada didalam

strategi yang digunakan seperti standar rasa dan kualitas dan terus memberikan pelatihan yang baik dalam pemanfaatan serta rasa apresiasi terhadap sumber daya manusia. Dengan ini Kopi Lain Hati mungkin dapat menetapkan hal apa yang dapat dikembangkan dalam usahanya.

Kata Kunci: Strategi, Persaingan, Analisis Eksternal, Analisis Internal, Matriks SWOT, Strategi *Differensiasi*

ABSTRACT

Name : Dandy Rhamadan

NPM : 2016320005

Title : Analysis of Differentiation Strategies for Kopi Lain Hati Sumbersari Bandung

Kopi Lain Hati Sumbersari Bandung is a coffee franchise business and is in the form of a modern coffee shop in general. Kopi Lain Hati is located on Jl. Sumber Mekar Kav.34 No.7, Babakan, Babakan Ciparay, Bandung, West Java with the owner of Kopi Lain Hati named Sylvia Nadia. Kopi Lain Hati provides facilities and good quality products for consumers. The purpose of this study is to obtain data and research on things that are important in implementing what kind of strategy is good for this business.

The owner accepts research so that there are new things that can be developed. This research was conducted with a descriptive analytical research type with a case study research method. Analytical descriptive research is a situation or phenomenon and conveys facts clearly, thoroughly, and completely through analyzed data. The data is then analyzed using internal and external analysis as well as a SWOT matrix.

The results of this research show that the competitive strategy used by Kopi Lain Hati Sumbersari Bandung is a differentiation strategy. Something can be done in support of a better strategy, so it is necessary to provide more understanding about the use of promotion by using media that is currently actively used such as Facebook, Instagram, and other media to reach people by promoting specific new unique menus or prices discount by using the services of people who are well known in promoting. Maintain the good things that are already in the strategy used such as taste and quality standards and continue to provide good training in the use and sense of appreciation of human resources. With this Kopi Lain Hati may determine what things can be developed in its business.

Keywords: Strategy, Competition, External Analysis, Internal Analysis, SWOT Matrix, Differentiation Strategy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan HidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Diferensiasi Kopi Lain Hati Sumber Sari Bandung”. Penulisan skripsi ini dibuat dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat dalam mendapat gelar Sarjana dalam Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan. Penyusunan skripsi ini telah dibantu oleh banyaknya bimbingan, bantuan, serta semangat dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti dengan segenap hati mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.sos. MM,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.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dan memenuhi kebutuhan penulis selama perkuliahan hingga sampai penyusunan skripsi.
3. Sylvia Nadia selaku teman dari penulis dan memiliki Kopi lain Hati sudah mengizinkan penulis untuk meneliti Kopi Lain Hati.
4. Kevin Pandoyo selaku teman terbaik penulis yang selalu memberikan semangat untuk penulis selama perkuliahan. Banyak sekali motivasi yang diberikan terhadap penulis baik itu ilmu selama kuliah maupun support dalam hal-hal lainnya, sehingga skripsi bisa selesai tepat waktu.

5. Darren Syamputra selaku teman terbaik penulis yang selalu memberikan semangat, masukan dan motivasi untuk penulis selama ini, sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
6. Syerley Novani selaku teman baik penulis yang selalu mengajarkan dan memberikan informasi mengenai perkuliahan. Hingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan skripsi dengan tepat waktu.
7. Anastasia Velista selaku teman baik penulis yang selalu memberikan masukan dan juga informasi seputar perkuliahan serta sebagai teman diskusi selama perkuliahan.
8. Anthonny Tanu selaku teman baik penulis yang selalu memberikan informasi seputar perkuliahan dan orang yang memberikan masukan dan motivasi di saat penulis menyusun skripsi ini.
9. Elvina Rani selaku teman baik penulis yang sudah banyak membantu dalam memberikan informasi seputar perkuliahan dan juga memberikan semangat untuk penulis sehingga skripsi ini bisa selesai dengan tepat waktu.
10. Teman – teman komunitas komcell juga yang selalu memberikan support Levi Oktaviani, Valensya, Yonathan Tandayu, Abed Darma, Daniel Tanukusuma, Steven h, Steven soetrisno, Ryan sianipar, Michella Janice, Lydia Riama P, Raina Elysia, Dea Elizabeth.
11. Teman-teman yang selalu keep kontak yang memberikan dukungan dan semangat Michaela. J.K, Jenica Kristiana Waluyo, Felicia Natasya, Erlyta Agustine Novianti, Nadia Bella syafitri.
12. Teman-teman yang selalu memberikan kehebohan dan memberikan hiburan dimasa sulit Frenky, Ofianto, Michael Vinc. O. L, Andre Altuson, Chelsen, Hendi, Hansen, Jetshen, Alpen, Vincent dan masih banyak lagi teman yang memberikan dukungan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih kurang sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritikan dan masukan yang sifatnya membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan

Daftar Isi

KATA PENGANTAR.....	i
Daftar Isi	iv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat penelitian	4
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Strategi	5
2.1.1 Pengertian strategi.....	5
2.1.2 Tingkatan Strategi.....	6
2.2 Strategi Bersaing	7
2.2.1 Tiga Strategi Bersaing	7
2.3 Manajemen Strategi	9
2.3.1 Pengertian Manajemen Strategi.....	9
2.3.2 Tahapan Manajemen Strategi	9
2.3.3 Analisis Internal dan Eksternal.....	10
2.4 Strategi Diferensiasi.....	19
2.4.1 Karakteristik Strategi Diferensiasi.....	20

2.5 Penelitian Terdahulu	22
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4 Sumber Data.....	27
3.5 Teknik Analisa Data	28
BAB 4 Objek Penelitian	31
4.1 Profil Perusahaan.....	31
4.2 Sejarah Perusahaan	31
4.3 Struktur Organisasi	33
4.4 Tentang Aktivitas Perusahaan.....	34
BAB 5 PEMBAHASAN	36
5.1 Strategi yang Digunakan Perusahaan Selama Ini.....	37
5.2 Aspek internal dan eksternal	38
5.2.1 Aspek Eksternal.....	38
5.2.1.1 <i>Porter's Five Force</i>	38
5.2.1.1.1 <i>Threat of New Entrants</i> (Ancaman Pendetang Baru).....	38
5.2.1.1.2 <i>Rivalry Among Competitor</i> (Persaingan Antar Kompetitor)	39
5.2.1.1.3 <i>Threat of Subtitutes Product</i> (Ancaman Produk Pengganti)	41

5.2.1.1.4 Bargaining Power of Buyer (Daya Tawar Pembeli).....	41
5.2.1.1.5 Bargaining Power of Supplier (Daya Tawar Pemasok)	42
5.2.1.2 Analisis PESTEL.....	42
5.2.2 Aspek internal.....	46
5.2.2.1 Analisis Rantai Nilai	46
5.3 Analisis SWOT.....	49
5.3.1 Matrix SWOT	53
5.4 Strategi Yang Direkomendasikan Untuk Masa Mendatang	54
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	55
6.1 Kesimpulan	55
6.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN INTERVIEW GUIDE	60

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada jaman ini sangat banyak bisnis waralaba yang kita kenal dan rasakan saat ini. Bisnis waralaba dalam bentuk restoran makanan cepat saji dan ada juga berbentuk cafe serta dalam bentuk lainnya. Banyak para pebisnis waralaba bersaing dengan menunjukkan keunikan dari produk yang dihasilkan oleh inovasi yang dihasilkan, serta bersaing harga dan fokus menjual produk tertentu.

Kebutuhan akan tempat untuk bersantai bersama dengan teman, keluarga, pacar atau rekan kerja adalah suatu kebutuhan yang dianggap penting oleh masyarakat. Hal ini dapat terjadi karena masyarakat membutuhkan tempat untuk nongkrong yang bisa mereka kunjungi (Astuti, 2018). Seiring dengan perkembangan dan kebutuhan akan tempat nongkrong dan tempat menikmati kopi menjadi pemicu peluang dari *coffe shop*.



Gambar 1.1

Pertumbuhan Restoran, Café, dan Coffee shop di Bandung (badan pusat statistik, 2020)

Menurut data dari Badan Pusat Statistik yang ditampilkan pada gambar di halaman sebelumnya, jumlah restoran, *coffee shop* dan *café* di Kota Bandung berkembang pesat dari tahun 2016 hingga 2019. Hal ini disebabkan karena banyaknya pengusaha yang membuka tempat-tempat seperti *café* atau *coffee shop* yang tentunya membuat persaingan di bisnis ini menjadi ketat.

Banyak yang mengatakan bahwa kegiatan ngopi di Indonesia mulai menjadi gaya baru saat munculnya film karya anak bangsa "*Filosofi Kopi*" tahun 2014 padahal, kebiasaan menikmati kopi ini di Indonesia sudah bukan lagi sesuatu yang baru. Bahkan kopi sendiri selalu dijadikan sebagai simbol kerukunan. Dulu memang "*ngopi*" sering dikatakan sebagai kegiatannya orang tua pada zamannya. Tapi saat ini dengan banyaknya bisnis kafe-kafe kekinian dan modern, akhirnya kegiatan minum kopi pun menjadi hal yang sering kali dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat, dari kalangan remaja hingga dewasa.

Tentu saja dengan adanya tren minum kopi ini, banyak pihak yang terbantu terutama dari sisi bisnis dan industri. Banyak orang yang berani membuka usaha makanan dan minuman, dengan kopi sebagai salah satu menu andalan. Selain itu dari sisi petani pun banyak yang disejahterakan mengingat kualitas dan pamor biji kopi Indonesia yang selalu menempati posisi teratas di dunia (Hadijah, 2017). Dengan produksi biji kopi yang luar biasa banyak di Indonesia dan juga jelas penikmat kopi di Indonesia yang kini menjadi tren gaya hidup tidak heran bahwa tren ini mendukung pertumbuhan tingkat konsumsi kopi terhadap UKM atau bisnis *coffeshop*.

Pada saat ini kita bisa bebas menemukan *coffeshop* di seluruh Indonesia, karena jumlahnya sudah sangat banyak disebabkan juga karena peningkatan jumlah konsumsi kopi di Indonesia.

Terdapat beberapa kota besar di Indonesia dan salah satunya merupakan kota Bandung menjadi salah satu kota besar yang cukup banyak pebisnis kopi dalam bentuk usaha berskala kecil, menengah, hingga besar.

Salah satu *coffeshop* yang mungkin di kenal banyak jumlahnya di kota Bandung kita ambil salah satu contohnya yaitu “Kopi Lain Hati”. Kopi Lain Hati merupakan bisnis waralaba dalam bentuk *coffeshop* yang cukup berpengaruh dalam bisnis kopi di kota Bandung. Setiap cabang menerapkan strategi yang sama karena standar oleh pusat. Maka dari itu, penelitian ini akan membahas strategi diferensiasi apa yang dilakukan oleh Kopi lain hati serta Opportunity untuk mengembangkan keunikan dari kopi lain hati.

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk mengkaji masalah strategi yang diterapkan oleh perusahaan maka penelitian mengidentifikasi masalah permasalahan sebagai berikut.

1. Strategi apa yang digunakan Kopi Lain Hati selama ini?
2. Bagaimana pengimplementasian strategi diferensiasi tersebut selama ini?
3. Faktor eksternal dan internal apa yang mempengaruhi Kopi Lain Hati dalam menjalankan usahanya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini :

1. Mengetahui strategi yang digunakan oleh Kopi Lain Hati saat ini.
2. Untuk mengetahui apakah pengimplementasian strategi diferensiasi tersebut masih efektif atau tidak untuk perusahaan.
3. Menganalisis dan mengetahui strategi yang dapat digunakan untuk kedepannya agar tetap dapat bertahan dalam persaingan yang ada dan dalam mengembangkan Kopi Lain Hati.

1.4 Manfaat penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi kedua belah pihak. Aspek teoritis dan aspek praktis :

1. Bagi peneliti

Manfaat bagi peneliti menjadikan penelitian ini proses pembelajaran yang di harapkan membantu memperdalam pengetahuan dan wawasan dalam mengetahui strategi diferensiasi perusahaan meraih pencapaian yang baik.

2. Bagi perusahaan

Pendapat dan hasil akhir bisa bermanfaat sebagai acuan atau referensi perusahaan dalam mengembangkan strateginya

3. Bagi peneliti lain

Agar dapat membantu bagi yang sedang menempuh penelitian setelah ini serta memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan sebagai referensi yang berguna bagi peneliti.