



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 Boyle's Coffee Indonesia

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Christine

2016320030

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 Strategi Bersaing Boyle's Coffee Indonesia

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Christine

2016320030

Pembimbing

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

Bandung

2021

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



Tanda Pengesahan Skripsi

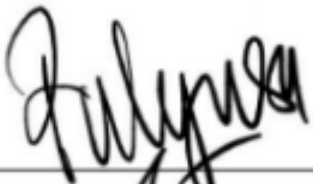
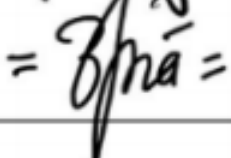

Nama : Christine
Nomor Pokok : 2016320030
Judul : Analisis Strategi Bersaing Boyle's Coffee Indonesia

Telah diuji dalam Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Pada Jumat, 22 Januari 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua Sidang merangkap anggota

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.S.E.

: 
: =  =
: 

Sekretaris

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., 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 dibawah ini :

Nama : Christine

NPM : 2016320030

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bersaing Boyle's Coffee Indonesia

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 lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

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, 5 Januari 2021



Christine

ABSTRAK

Nama : Christine

NPM : 2016320030

Judul : Analisis Strategi Bersaing Boyle's Coffee Indonesia

Persaingan usaha di Indonesia saat ini sangatlah ketat. Banyaknya kedai kopi di Indonesia menuntut para pemilik kedai kopi untuk memikirkan strategi agar bisa terus bertahan pada sektor ini. Keadaan ini mendorong para pengusaha untuk memikirkan strategi yang tepat dalam mempertahankan dan memperebutkan konsumen karena tingkat persaingan yang tinggi. Boyle's Coffee merupakan salah satu kedai kopi yang menggunakan fokus diferensiasi produk sebagai strategi bersaingnya. Boyle's Coffee Indonesia memiliki kelebihan yang membedakan dengan kedai kopi lainnya.

Penelitian ini menfokuskan pada analisis strategi bersaing yang digunakan pada perusahaan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa wawancara dan observasi. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis *Porter's Five Forces* serta analisis fungsi bisnis yang ada di perusahaan. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman (SWOT) yang dimiliki oleh perusahaan. Penelitian ini juga bertujuan untuk merekomendasikan strategi bersaing yang tepat berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Boyle's Coffee Indonesia selama ini menggunakan strategi diferensiasi. Dalam penerapannya, strategi diferensiasi terbilang kurang baik dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Strategi bersaing yang diusulkan kepada perusahaan adalah strategi diferensiasi dengan mengutamakan pengembangan pada aspek pemasaran.

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

ABSTRACT

Name : Christine

NPM : 2016320030

Title : Competitive Strategy Analysis Boyle's Coffee Indonesia

Business competition in Indonesia is currently very tight. The number of coffee shops in Indonesia requires coffee shop owners to think of strategies so that they can continue to survive in this sector. This situation encourages entrepreneurs to think of the right strategy in retaining and competing for consumers because of the high level of competition. Boyle's Coffee is a coffee shop that uses a focus on product differentiation as a competitive strategy. Boyle's Coffee Indonesia has advantages that differentiate it from other coffee shops.

This study focuses on the analysis of competitive strategies used in companies using qualitative research methods. Data collection techniques used in this study were interviews and observations. The data that has been obtained are then analyzed using Porter's Five Forces analysis and analysis of existing business functions in the company. Based on the results of the analysis, it can be concluded that the company has strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT). This study also aims to recommend an appropriate competitive strategy based on the results of the analysis that has been done.

Based on the results of research that has been done, it shows that Boyle's Coffee Indonesia has been using a differentiation strategy. In its application, the differentiation strategy is somewhat less good in facing increasingly fierce

competition. The competitive strategy proposed to the company is a differentiation strategy by prioritizing the development of their marketing aspects.

Key words: Competitive Strategy, Internal Analysis, External Analysis, SWOT

Matrix

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Kasih karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Boyle’s Coffee Indonesia”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan. Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik jika tidak ada bimbingan, bantuan, restu, doa serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
4. Kedua orang tua penulis, Papa dan Mama yang terkasih yang memberikan bimbingan, semangat, restu, dan doa. Serta kepada kaka Martin dan Marcel yang selalu membantu, memberi semangat dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Kepada seluruh keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi, khususnya Nunik Abimanyu, Laras Gunawan, Herra Apriyanti, Fauzi Wildan, Livia Sutanto dan Frientania.
6. Kepada Christian Hartanto Tanaka yang selalu sabar memberikan semangat, perhatian dan mendengarkan segala keluhan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan kepada penulis, khususnya Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil., Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si., Bapak Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB., dan Ibu Dian Sadeli, S.E., M.Ak.
8. Kepada Ibu Chitra selaku *head manager* Boyle's Coffee Indonesia dan seluruh pihak Boyle's Coffee Indonesia yang telah mengizinkan dan membantu penulis untuk melakukan penelitian di perusahaannya.
9. Terimakasih kepada Putri Gustiawati yang telah sabar membimbing, membantu dan menemani penulis dalam penyusunan skripsi ini. Serta kepada Anastasia Velisti, Valentina Kurnianti dan Anne Natasha yang selalu menemani dan memberikan semangat dalam menyusun skripsi ini.
10. Kepada *support system* yaitu Mia Rosalina, Olivia, Sylvia Nadya, Noviana Indah Sari, Helsa Dwi, Alexander Alerick dan teman-teman sekalian yang telah memberikan dukungan dan semangat pada penulis.

11. Seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2016 yang telah bersama-sama berjuang dan belajar dari awal perkuliahan dimulai.
12. Kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam membantu penyelesaian penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan karena keterbatasan dalam sarana, pengalaman, dan kemampuan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis bersikap terbuka terhadap kritik dan saran dalam penelitian ini. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, 5 Januari 2021

Penulis

Christine

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
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
2.2 Manajemen Strategi.....	7
2.3 Strategi Bersaing	8
2.3.1 Pengertian Strategi Bersaing.....	8
2.3.2 Strategi Bersaing Generik Porter	8
2.4 Analisis Lingkungan Eksternal	10
2.4.1 Analisis kekuatan Persaingan Porter	11
2.4.2 Analisis Lingkungan Makro (PESTLE).....	14
2.5 Analisis Lingkungan Internal.....	16
2.5.1 Fungsi Bisnis	16
2.5.2 Analisis Rantai Nilai	23
2.6 Analisis SWOT.....	25
2.6.1 Matriks SWOT.....	27
2.7 Penelitian Terdahulu.....	28
BAB 3 METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34

3.3.1 Wawancara	34
3.3.2 Observasi	36
3.4 Sumber data.....	37
3.4.1 Data primer	37
3.4.2 Data sekunder	37
3.5 Teknik Analisis Data	37
3.5.1 Analisis Porter's 5 Forces.....	38
3.5.2 Matriks SWOT.....	38
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....	44
4.1 Profil Perusahaan.....	44
4.2 Sejarah Perusahaan.....	45
4.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	47
4.4 Struktur Organisasi	48
4.5 Menu Utama.....	51
4.6 Daftar Menu	53
BAB 5 PEMBAHASAN	56
5.1 Strategi yang Diterapkan saat ini.....	57
5.2 Analisis Lingkungan Eksternal	58
5.2.1 Analisis Kekuatan Persaingan Porter	58
5.2.2 Analisis Lingkungan Makro (PESTLE).....	63
5.3 Analisis Lingkungan Internal.....	67
5.3.1 Fungsi Bisnis	67
5.4 Rantai Nilai (Value Chain)	82
5.5 Matriks SWOT	86
5.6 Strategi Yang Direkomendasikan Untuk Masa Mendatang.....	88
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
6.1 Kesimpulan	90
6.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95
Daftar Pertanyaan Wawancara.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Kekuatan Porter	11
Gambar 2.2 Porter's Generic Value Chain.....	25
Gambar 4.1 Logo Boyle's Coffee Indonesia.....	43
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Boyle's Coffee Indonesia	46
Gambar 4.3 <i>Nitro Coffee</i>	51
Gambar 4.4 <i>Dutch Coffee</i>	52
Gambar 4.5 Produk Boyle's Coffee Indonesia.....	55
Gambar 5.1 Strategi Generik Porter.....	55
Gambar 5.2 Tampilan <i>Instagram</i> Boyle's Coffee Indonesia.....	63
Gambar 5.3 Tampilan <i>Facebook</i> Boyle's Coffee Indonesia.....	64
Gambar 5.4 Tampilan Website Boyle's Coffee Indonesia.....	65
Gambar 5.5 <i>Lab Factory</i> atau <i>Lab Coffee</i> Boyle's Coffee Indonesia.....	68
Gambar 5.6 Boyle's Coffee Indonesia.....	68
Gambar 5.7 Value Chain Boyle's Coffee Indonesia.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Matriks SWOT	39
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	40
Tabel 5.1 Competitive Matrix.....	59
Tabel 5.2 Matriks SWOT.....	79

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, menikmati secangkir kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan. Industri makanan dan minuman merupakan industri yang terus bertumbuh secara positif setiap tahunnya. Menurut Agus Gumiwang (2020) sektor manufaktur yang berpotensi mengalami perkembangan yang positif yang terkena dampak akibat pandemi Covid-19 adalah industri makanan dan minuman. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada triwulan II-2020, terjadi perkembangan pada industri makanan dan minuman sebesar 0,22 persen secara tahunan. Hal ini terjadi karena makanan dan minuman menjadi kebutuhan primer manusia. Selain itu, industri makanan minuman menjadi salah satu sektor penopang dalam perkembangan manufaktur dan ekonomi nasional. Berikut merupakan kontribusi industri makanan dan minuman yang signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) industri nonmigas. (Akbar , 2020)

Sektor	Jumlah
Industri Makanan dan Minuman	USD21,31 Milyar
Industri Logam Dasar	USD16,96 Milyar
Industri Bahan Kimia dan Barang Bahan Kimia	USD9 Milyar

Sumber : Kementerian Perindustrian Republik Indonesia 2020

Indonesia merupakan negara penghasil biji kopi terbesar keempat di dunia, setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia, dengan produksi rata-rata sekitar 773.000 ton per tahun atau 8% dari produksi kopi dunia. Pada Januari-Juni 2020, di masa pandemi Covid-19, neraca perdagangan produk kopi olahan nasional masih mengalami surplus sebesar USD 211,05 Juta. Menurut Victoria pada Indonesia Coffee Event (ICE) dunia bisnis pada bidang kopi akan mengalami peningkatan pada tahun 2020 karena tingginya konsumsi kopi sekitar 224.000 ribu ton pada tahun 2019 dan akan meningkat menjadi 370.000 ton pada tahun 2020, dan merupakan kabar baik bagi perkembangan kopi di Indonesia.

Sejak tahun 2016 hingga sekarang, Indonesia termasuk Gelombang IV dalam Industri Kopi. Pada masa ini besarnya pasar kedai kopi di Indonesia meningkat secara signifikan. Brand baru kedai kopi bermunculan dan masing-masing langsung ekspansif membuka puluhan hingga ratusan cabang di berbagai kota. Hal ini berguna untuk menggarap segmen muda (anak sekolah hingga para pekerja/pegawai muda) yang sudah menganggap bahwa menikmati kopi dan nongkrong di kedai kopi sebagai *lifestyle* dan tren saat ini.

Perusahaan yang menjadi objek penelitian ini adalah Boyle's Coffee Indonesia yang berdiri pada tahun 2013. Boyle's Coffee Indonesia merupakan kedai kopi yang menawarkan makanan dan minuman yang memperkenalkan masyarakat di Bandung tentang kopi lokal yang diproduksi dan menggunakan biji kopi yang berasal dari Indonesia. Salah satu biji kopinya adalah biji kopi Aceh Gayo yang memiliki ciri khas dengan citarasa, aroma dan perisa yang kompleks dan kekentalan yang kuat. Ciri khas Boyle's Coffee Indonesia yang berbeda dari kedai kopi lain

yang berada di Bandung adalah adanya menu Nitro Coffee. Menu tersebut merupakan kopi yang dibuat sendiri oleh Boyle's Coffee Indonesia dan tempat pembuatannya menyatu dengan kedai kopinya sehingga konsumen dapat melihat proses pembuatannya. Konsumen dapat membeli produknya dengan cara datang ke kedainya yang berada di Sarijadi dan melalui website boylescoffee.com.

Dengan menjamurnya kedai kopi di Kota Bandung, Boyle's Coffee Indonesia dituntut untuk menetapkan strategi dalam bersaing dengan kedai kopi lainnya berdasarkan kelebihan, kemampuan yang dimiliki dan kondisi lingkungan persaingan dari Boyle's Coffee Indonesia

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi bersaing yang diterapkan di Boyle's Coffee agar kedai kopi ini bisa terus berdiri, bertahan dalam dan mendapatkan konsumen dalam dunia persaingan kuliner. Adapun judul yang diambil dalam penelitian ini adalah "Analisis Strategi Bersaing Boyle's Coffee Indonesia".

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan demikian rumusan masalah dari penelitian ini :

1. Strategi bersaing apa yang diterapkan oleh Boyle's Coffee?
2. Bagaimana analisis lingkungan persaingan Boyle's Coffee dalam menjalankan usahanya?
3. Rancangan strategi bersaing apa yang tepat untuk diterapkan oleh Boyle's Coffee agar mencapai keunggulan dalam bersaing?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah

1. Mengetahui dan membahas strategi yang telah diterapkan oleh Boyle's Coffee
2. Mengetahui bagaimana analisis lingkungan persaingan Boyle's Coffee dalam menjalankan usahanya
3. Mengetahui strategi yang tepat untuk diterapkan Boyle's Coffee agar mencapai keunggulan dalam bersaing di masa depan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini, diharapkan bisa menjadi penambahan wawasan dalam menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan sebuah bisnis. Selain itu peneliti dapat memahami lebih dalam strategi apa saja yang digunakan dalam perusahaan

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan dapat membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam dunia bisnis di masa yang akan datang.