



**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 Operasi Bisnis pada Kafe Mendjamu dalam**  
**Mendukung Pertumbuhan Usaha**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana  
Program Studi Ilmu Administrasi Publik

Oleh

Tania Clarissa Adjie

2016320106

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 Operasi Bisnis pada Kafe Mendjamu dalam**  
**Mendukung Pertumbuhan Usaha**

Skripsi

Oleh

Tania Clarissa Adjie

2016320106

Pembimbing

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

Bandung 2021

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



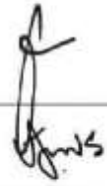
**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Tania Clarissa Adjie  
Nomor Pokok : 2016320106  
Judul : Analisis Strategi Operasi Bisnis pada Kafe Mendjamu dalam Mendukung Pertumbuhan Usaha

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 27 Januari 2021  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**  
Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

:   
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**

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

: \_\_\_\_\_

**Anggota**

Sanerya Hendrawan, Ph.D

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## Format penulisan pernyataan

### Pernyataan

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Tania Clarissa Adjie

NPM : 2016320106

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Operasi Bisnis pada Kafe Mendjamu dalam Mendukung Pertumbuhan Usaha

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,



Tania Clarissa Adjie

## ABSTRAK

Nama : Tania Clarissa Adjie  
NPM : 2016320106  
Judul : Analisis Strategi Operasi Bisnis pada Kafe Mendjamu dalam Mendukung Pertumbuhan Usaha

---

Industri makanan membutuhkan sistem manajerial yang baik agar bisnis tersebut dapat beroperasi. Mendjamu adalah salah satu perusahaan makanan di Kota Bandung yang memberikan konsep dan keselarasan terhadap cita rasa makanan Asia Tenggara, jamu, dan kopi. Di tahap pertumbuhan, diperlukan sebuah penentuan apakah keputusan operasional yang dilakukan sudah baik dalam mendukung pertumbuhan serta memenuhi keinginan pelanggan dengan baik. Hal ini dimaksudkan untuk menggambarkan kekuatan bersaing. Penelitian ini menggunakan metode mix antara kuantitatif dan kualitatif, dimana metode kualitatif difokuskan kepada pihak internal manajemen (menggunakan wawancara) dan kuantitatif difokuskan kepada pihak pelanggan (menggunakan survey). Hasil dari penelitian ini adalah product life cycle Mendjamu berada di tahap growth. Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan Mendjamu adalah pionir produk dan lokasi yang menawarkan suasana yang memberikan nyaman. Adapun kelemahannya adalah dari segi pangsa pasar, biaya, dan lokasi yang terlalu jauh. Hal ini dapat diperbaiki oleh konsistensi dalam memberikan produk yang baik dan melayani dengan lebih responsif. Key Success Factor Mendjamu adalah manajemen yang berpikir strategis dimana keutamaannya adalah komunikasi yang baik. Sedangkan Core Competencies dari Mendjamu adalah kualitas produk yang baik. Pengembangan 10 keputusan operasional strategis Mendjamu dapat direalisasikan berdasarkan activity map. Dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing Mendjamu adalah dari segi Produk dan Desain.

**Kata Kunci:** 10 Keputusan Manajemen Operasional, Kompetensi Inti, Faktor Kunci Sukses, SWOT.

**ABSTRACT**

*Name : Tania Clarissa Adjie*  
*NPM : 2016320106*  
*Title : Analysis of Business Operations Strategy at Mendjambu Cafes to Support Business Growth*

---

*The food industry needs a good managerial system for the business to operate. Mendjambu is a food company in Bandung that provides a concept and harmony with the taste of Southeast Asian food, herbal medicine, and coffee. At the growth stage, it is necessary to determine whether the operational decisions made are good in supporting growth and fulfilling customer desires well. This is intended to describe the competitive power. This study uses a mix method between quantitative and qualitative, where the qualitative method is focused on internal management (using interviews) and quantitative is focused on the customer (using a survey). The result of this research is Mendjambu's product life cycle is in the growth stage. The SWOT analysis shows that Mendjambu's strengths are to pioneer products and locations that offer a comfortable atmosphere. The weaknesses are in terms of market share, cost, and the location is too far. This can be improved by consistency of delivering good products and serving more responsively. Key Success Factor Mendjambu is strategic thinking management where good communication is the priority. Meanwhile, Mendjambu's Core Competencies are good product quality. The development of Mendjambu's 10 strategic operational decisions can be realized based on the activity map. It can be concluded that Mendjambu's competitive advantages are in terms of product and design.*

**Keywords:** *10 Operational Management Decisions, Core Competencies, Key Success Factors, SWOT.*

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT atas semua Rahmat dan Karunia-Nya dan yang telah memimpin dan menyertai penulis dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal, pertengahan, sampai pada akhirnya penulis telah menyelesaikan skripsi yang diberi judul “Analisis Strategi Operasi Bisnis pada Kafe Mendjamu dalam Mendukung Pertumbuhan Usaha” Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menempuh Strata-1 (S1) Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan. Dalam proses penyusunan skripsi yang dilaksanakan oleh penulis, tentunya banyak pihak-pihak yang terlibat untuk membantu, memberi semangat, dan memberi doa kepada penulis, Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis yaitu Papi, Mami, dan Ayah yang membantu mendorong dan memberikan motivasi serta tujuan penulis mencapai gelar sarjana. Terlebih juga terima kasih terhadap Pho pho dan Kungkung yang selalu memberikan dukungan.

2. Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB. sebagai dosen pembimbing yang senantiasa membimbing peneliti dari awal hingga akhir dengan banyak masukan yang baik. Terima kasih atas segala kesabaran, waktu, tenaga, serta ilmu yang diberikan selama membimbing peneliti menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

4. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si, sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

5. Seluruh dosen Program Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

6. Terimakasih kepada Keshia Novita Pratiwi selaku sahabat saya yang selalu menyemangati saya selama proses penulisan skripsi saya.

7. Terimakasih kepada Andree Haruman Burhanudin yang selalu hadir untuk mendengarkan keluh kesah penulis setiap harinya, membantu penulis saat mengalami kesulitan, dan selalu memberikan semangat serta dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Terimakasih kepada Krisza Ayunita dan Bimo Wibisono Nugroho selaku owner dari Mendjamu yang memberikan banyak dukungan dan kemudahan dalam penyelesaian penelitian skripsi ini

9. Terimakasih juga kepada Batari, Dwindi, Abi, Ichsan, Edo, Nicong, Sandra, Rere, Nona, Abi, Dyanka, Aul, Pita, Fitra, Tasya, dan seluruh teman BERANDA sebagai sahabat penulis dari kampus yang sudah menemani selama 4 tahun ini dan membantu, memberikan semangat kepada penulis.

10. Terimakasih kepada sahabat-sahabat diluar kampus yaitu Alya, Nindy, Shasa, Adel, yang selalu mendukung dan memberi hiburan kepada penulis.

11. Kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih telah membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan Skripsi ini dan telah menemani penulis dalam menjalankan perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari dalam penyusunan dan analisis dari penulis masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam skripsi ini, dikarenakan dengan kekurangan pengalaman dari penulis. Untuk itu penulis akan menerima kritik dan saran yang memiliki sifat membangun penulis.

Bandung, 13 Januari 2021



Penulis, Tania Clarissa Adjie



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.    Latar Belakang.....	1
1.2.    Rumusan Masalah.....	5
1.3.    Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4.    Tujuan Penelitian .....	6
1.5.    Kerangka Berpikir.....	7
1.6.    Cakupan dan Batasan Penelitian.....	8
1.6.1.    Cakupan .....	8
1.6.2.    Batasan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1. <i>Product Life Cycle</i> .....	10
2.1.1.    Tahap-Tahap <i>Product Life Cycle</i> .....	11
2.1.2.    Identifikasi Karakteristik <i>Product Life Cycle</i> .....	13
2.2.    Keputusan Operasional Strategis .....	15
2.3. <i>Strength, Weakness, Opportunity, and Threats</i> .....	19
2.4. <i>Key Success Factors</i> .....	20
2.5. <i>Core Competencies</i> .....	22
2.6.    Proses Bisnis.....	24
2.7.    Keunggulan Bersaing.....	25
2.8.    Kerangka Konseptual.....	26
BAB III METODOLOGI.....	28
3.1.    Desain Penelitian .....	28
3.1.1.    Identifikasi Masalah.....	28
3.1.2.    Tinjauan Pustaka .....	29

3.1.3.	Pengumpulan Data.....	29
3.1.4.	Analisis Data .....	30
3.1.5.	Hasil Penelitian.....	31
3.2.	Pengembangan Metode .....	31
3.2.1.	Objek Penelitian .....	32
3.2.2.	Teknik Pengambilan Data.....	32
3.2.3.	Operasionalisasi Variabel .....	38
3.2.3.	Validasi Data.....	40
3.2.4.	Analisis Data .....	42
BAB IV PROFIL PERUSAHAAN .....		45
4.1.	Sejarah Perusahaan .....	45
4.2.	Identitas Perusahaan.....	46
4.2.1.	Logo Perusahaan Mendjamu .....	46
4.2.2.	Konsep Perusahaan.....	47
4.2.3.	Visi dan Misi Perusahaan.....	47
4.2.4.	Lokasi dan Kontak Perusahaan .....	47
4.3.	Struktur Organisasi .....	48
4.4.	Proses Bisnis Mendjamu .....	49
4.5.	Pesaing Mendjamu.....	49
BAB V ANALISIS DATA .....		53
5.1	Validitas dan Reliabilitas .....	53
5.2	Tahap Daur Ulang Produk Mendjamu Berdasarkan Aktivitas Operasional.....	55
5.3	Implementasi Sepuluh Keputusan Operasional Mendjamu.....	60
5.4	Strategi yang Dapat Mendjamu pada Tahap Daur Ulang <i>Growth</i> .....	63
5.4.1	Aspirasi Pelanggan .....	63
5.4.2	Analisis SWOT.....	67
5.4.3	Analisis Key Success Factor .....	73
5.4.4	Analisis Core Competencies .....	77
5.4.5	Penerapan Strategi Mendjamu.....	79
5.5	Implementasi Sepuluh Keputusan Operasional Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing .....	81
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		84
6.1	Kesimpulan.....	84
6.2	Saran .....	88

DAFTAR PUSTAKA..... 89  
LAMPIRAN – LAMPIRAN ..... 95

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 – Karakteristik Tiap Tahapan Product Life Cycle .....	13
Tabel 3.1 – Indikator Pertanyaan Wawancara Product Life Cycle.....	33
Tabel 3.2 – Indikator Pertanyaan Wawancara 10 Keputusan Manajemen Operasional Strategis kepada Manajemen .....	33
Tabel 3.3 – Indikator Pertanyaan Wawancara Key Success Factors kepada Manajemen .....	34
Tabel 3.4 – Indikator Pertanyaan Wawancara Core Competencies kepada Manajemen .....	34
Tabel 3.5 – Indikator Pertanyaan Survey Ekspektasi Kompetensi dari Pelanggan .....	36
Tabel 3.6 – Indikator Pertanyaan Wawancara 10 Keputusan Manajemen Operasional Strategis kepada Pelanggan .....	37
Tabel 3.7 – Penentuan Sampel dari Jumlah Populasi yang Tidak Terjangkau.....	38
Tabel 3.8 – Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	38
Tabel 5.1 – Uji Validitas Kuesioner Variabel Pelayanan .....	53
Tabel 5.2 – Uji Validitas Kuesioner Variabel Produk & Desain.....	53
Tabel 5.3 – Uji Validitas Kuesioner Variabel Kualitas .....	54
Tabel 5.4 – Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Pelayanan.....	54
Tabel 5.5 – Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Produk & Desain .....	55
Tabel 5.6 – Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Kualitas.....	55
Tabel 5.7 – Tahap Daur Ulang Produk Mendjamu.....	56
Tabel 5.8 – Implementasi 10 Keputusan Operasional Mendjamu.....	60
Tabel 5.9 – Pelayanan.....	64
Tabel 5.10 – Produk & Desain .....	65
Tabel 5.11 – Kualitas.....	66
Tabel 5.12 – Analisis SWOT .....	71
Tabel 5.13 – Key Success Factor Mendjamu .....	73
Tabel 5.14 – Key Success Factor Mendjamu dan Café Secara Umum.....	75
Tabel 5.15 – Core Competencies Mendjamu .....	78
Tabel 5.16 – Pertimbangan Strategi berdasarkan SWOT .....	79
Tabel 5.17 – Implementasi 10 Keputusan Strategis untuk Mencapai Keunggulan Bersaing.....	81

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 – Kerangka Berpikir Penelitian .....	7
Gambar 2.1 – Tahap Siklus Hidup Produk .....	11
Gambar 2.2 – Kerangka Konseptual Penelitian .....	26
Gambar 3.1 – Desain Penelitian .....	28
Gambar 4.1 – Logo Perusahaan Mendjamu .....	46
Gambar 4.2 – Struktur Organisasi Mendjamu.....	48
Gambar 4.3 – Mahidana Jamu vs Mendjamu.....	51
Gambar 5.1 – Activity Map Mendjamu .....	83

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Transkrip Wawancara .....	96
Lampiran 2: Coding dari Hasil Transkripsi .....	131
Lampiran 3: Tabulasi Data Kuesioner/Survei .....	145
Lampiran 4: Output SPSS .....	179

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia, manusia melakukan kegiatan untuk memenuhi hidup dengan menjalankan kegiatan ekonomi (Sadono, 1995, p. 54)<sup>1</sup>. Definisi ini didukung oleh ahli Sukimo, Menurut Sukimo adalah industri merupakan suatu kegiatan ekonomi yang mengolah barang mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi untuk dijadikan barang yang lebih tinggi kegunaannya. Dalam dunia industri, terdapat sebuah sektor yang bergerak pada bidang makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman adalah serangkaian kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan industri yang mengarah terhadap sebuah proses sampai bentuk pengemasan sebuah makanan dan minuman (Parmeggiani, 1989)<sup>2</sup>. Industri makanan saat ini menjadi salah satu hal yang utama dan beragam bentuknya. hal ini dapat dilihat dari segi kegiatan berskala kecil sampai besar dan dibuat dengan mekanisme pengorganisasian secara terstruktur dan kurang terstruktur

Industri makanan menjadi nilai kunci bagi berbagai aspek kehidupan dasar setiap masyarakat dimanapun. Secara keseluruhan industri makanan adalah sebuah penggabungan dari berbagai industri yang memberikan banyak cakupan aspek seperti dari mulai pengolahan dari pertanian hingga menjadi bisnis langsung seperti katering perkembangan perindustrian makanan sudah berjalan selama ratusan tahun lalu yang dapat diperkirakan

---

<sup>1</sup> Sadono, S. (1995). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT. Karya Grafindo Persada.

<sup>2</sup> Parmeggiani, L. (1989). In J. M. Stellman, *Encyclopedia of Occupational Health and Safety* (p. 2438).

sekitar tahun 1900-an (Sadiku, Musa, & Ashaolu, 2019)<sup>3</sup>. Kata ‘Kuliner’ (diserap dari kata Latin *culina* dan *culinarius*) berarti berkapur dan masak-memasak. Kata ini diadopsi ke dalam bahasa Inggris (*culinary*) pada sekitar tahun 1638. (Sumber: Merriam-Webster Dictionary (*software*), 2016.)

Berkaitan dengan aktivitasnya, industri makanan dan minuman menjadi primadona dalam kontribusi dalam pendapatan negara, peningkatan produktivitas, investasi, ekspor dan peningkatan tenaga kerja yang disebut juga dalam data terakhir tahun 2018 yang terus positif (Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, 2018)<sup>4</sup>. Menurut Kementerian Perindustrian, disebutkan bahwa angka pertumbuhan ekonomi nasional menembus 5,17%. Hal ini dikarenakan kontribusi dari industri makanan yang memberikan penambahan investasi di Indonesia dengan sumbangan hingga Rp56,60 triliun pada data tahun 2018.

Dalam pernyataan Menteri Perindustrian, optimisme dalam data pertumbuhan ini juga didukung dengan industri 4.0 yang berbasis dengan teknologi dapat meningkatkan penghasilan secara signifikan. Dalam pernyataan tersebut Menperin juga menambahkan industri makanan dan minuman mampu memberikan peran yang sangat penting terhadap usaha di Indonesia. Hal ini berpengaruh terhadap terciptanya lapangan pekerjaan yang semakin meluas. Perkembangan industri ini dapat memberikan dampak yang luas terhadap Indonesia. Dari data yang dibebankan oleh Menperin di atas, dapat diasumsikan bahwa industri makanan memiliki potensi yang besar untuk dijadikan kesempatan berbisnis di Indonesia, khususnya di kota-kota besar.

---

<sup>3</sup> Sadiku, M., Musa, S., & Ashaolu, T. J. (2019). Food Industry: An Introduction. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 3, 128-130

<sup>4</sup> Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2018, 11 24). *Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andalan*. Retrieved from KEMEPERIN RI: <https://kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>



Sebagaimana industri lainnya, industri makanan membutuhkan sistem manajerial yang baik agar bisnis tersebut dapat beroperasi. Beberapa contoh dari manajemen yang baik dalam perusahaan makanan adalah manajemen secara aktif dan mempelajari operasional secara langsung (Campbell, 2017)<sup>5</sup>. Dalam pengaturan sistem yang baik untuk mencapai hasil yang maksimal dengan membuat pertimbangan yang strategis. Menurut Jay Heizer dan Barry Render (2009, pp. 54-56)<sup>6</sup>, diferensiasi, biaya rendah dan respons yang cepat dapat dicapai saat manajer membuat keputusan efektif dalam sepuluh wilayah manajemen operasional. Keputusan ini dikenal sebagai keputusan operasi (*Operations Decisions*). Keputusan-keputusan ini terbagi terhadap beberapa hal sebagai berikut:

1. Proses pengolahan produk agar memenuhi kualitas dan standar yang ditetapkan
2. Proses perancangan barang dan jasa yang akan mempengaruhi kualitas akhir dari suatu produk dan penyesuaian kebutuhan dalam perancangan tersebut
3. Perancangan proses dan kapasitas yang akan mempengaruhi pengambilan komitmen terhadap teknologi, kualitas, Sumber Daya Manusia (SDM), dan pemeliharaan
4. Pemilihan lokasi yang tepat akan menjadi pengaruh dalam keberhasilan dan keefektifan perusahaan.

Salah satu industri makanan yang memberikan nilai tambah adalah restoran atau café. Restoran atau café harus mempunyai konsep yang kuat dalam menawarkan produk yang akan dijual serta target pangsa pasar yang dituju sehingga membutuhkan perencanaan yang matang dari berbagai aspek. Perancangan tata letak akan menjadi hal utama dalam kebutuhan

---

<sup>5</sup> Campbell, S. (2017, 6 13). *Restaurant Management Tips: What Every New Manager Needs to Know*. Retrieved from When I Work: <https://wheniwork.com/blog/restaurant-management-what-every-new-manager-needs-to-know>

<sup>6</sup> Heizer, J., & Render, B. (2009). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.

yang sesuai dengan bahan baku, kapasitas, karyawan, teknologi yang dapat mempengaruhi segala keefektifan perusahaan, SDM, dan rancangan pekerjaan untuk menjaga kualitas dari produk tersebut.

Namun, dengan perkembangan kebutuhan, restoran tidak hanya dituntut menyajikan makanan dengan kualitas yang baik, namun menyajikan suasana yang berbeda dan memberikan rasa nyaman, terutama bagi pelanggan yang ingin melepaskan lelah. Seperti yang terdapat pada situs pergi kuliner, pergi kuliner sendiri adalah sebuah situs info dan wadah untuk pencinta kuliner dalam menyampaikan pendapatnya secara objektif. Selain rasa, perbandingan harga dengan rasa, terdapat tiga poin lain yang mendukung kesuksesan operasional suatu café yaitu kebersihan, pelayanan dan suasanan. Dikarenakan café menawarkan suasana kepada pelanggan, maka poin kebersihan adalah penting. Café yang tidak bersih tidak akan membuat pelanggan nyaman. Kesan yang positif didapatkan oleh pelanggan setelah mempertimbangkan berbagai hal terutama pelayanan. Sebagai suatu industri yang menawarkan *hospitality*, pelayanan yang baik adalah nilai tambah yang membuat pelanggan merasa dihargai. Faktor ketiga, adalah suasana, terutama di kota-kota besar dimana tuntutan pekerjaan dan lingkungan yang kurang baik, membuat pelanggan membutuhkan tempat untuk melepas penat. Pada saat ini café yang menawarkan suasana yang menarik akan mempunyai kelebihan, terlebih harga tanah di kota besar sudah semakin mahal sehingga lokasi dapat menjadi keunggulan bersaing lainnya pada restoran atau café (Prasetya & Lukiastuti, 2009).

Mendjamu adalah salah satu perusahaan makanan di Kota Bandung yang memberikan konsep dan keselarasan terhadap cita rasa makanan Asia Tenggara, jamu, dan

kopi. Mendjamu memberikan kesan baru terhadap konsep suatu cafe dengan mengangkat jamu tradisional menjadi jamu racikan modern yang dapat diterima oleh masyarakat modern dilihat dari seiringnya waktu dimana jamu bukan menjadi salah satu minuman utama yang dinikmati masyarakat Indonesia. Restoran ini dibuat menjadi restoran yang nyaman untuk sekedar makan siang dan makan malam atau hanya sekedar meminum kopi. Selain menjual makanan dan minuman, Mendjamu juga mempunyai keunggulan dalam menawarkan suasana (*store atmosphere*) dan juga menyediakan kelas yoga. Mendjamu menjadi salah satu cafe yang berdiri sekitar Oktober 2019 dan terhitung baru. Dengan ini, penulis telah melakukan wawancara pra penelitian terhadap pemilik dan pegawai mendjamu. Diketahui dari hasil wawancara tersebut, mendjamu pada tahap ini dilihat dari *product life cycle* sedang berada pada tahap pertumbuhan.

*Product life Cycle* sendiri menurut Anderson dan Zeithaml (1984), adalah suatu konsep penting yang digunakan untuk menggambarkan serangkaian tahap dari suatu produk mulai dari tahap pengenalan (*introduction*) sampai produk tersebut mulai mengalami penurunan penjualan hingga akhirnya keluar dari pasar (*decline*). Identifikasi *product life cycle* menjadi tahap yang penting untuk dilakukan agar keputusan operasi yang diambil dapat sesuai dengan kapabilitas perusahaan tersebut untuk memberikan tujuan akhir pengambilan keputusan dan langkah yang strategis perusahaan tersebut (Umar, 2010)<sup>7</sup>.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Di tahap pertumbuhan ini, penilaian terhadap 10 keputusan operasional akan menjadi sangat penting sebagai dasar penilaian suatu keputusan operasional terhadap Mendjamu. Hal

---

<sup>7</sup> Umar, Z. A. (2010). Analisis Daur Hidup (Product Life Cycle) Produk Ikan Tuna Olahan: Suatu Penelitian di PT. Betel Citra Seyan Gorontalo. *Jurnal Inovasi*, 7(3).

ini menentukan apakah keputusan tersebut telah sesuai atau tidak antara keputusan operasional yang dilakukan dengan keputusan operasional yang seharusnya dilakukan berdasarkan tahap *product life cycle* dan keinginan dari konsumen Mendjamu untuk menggambarkan produk tersebut di masa yang akan datang.

### **1.3. Pertanyaan Penelitian**

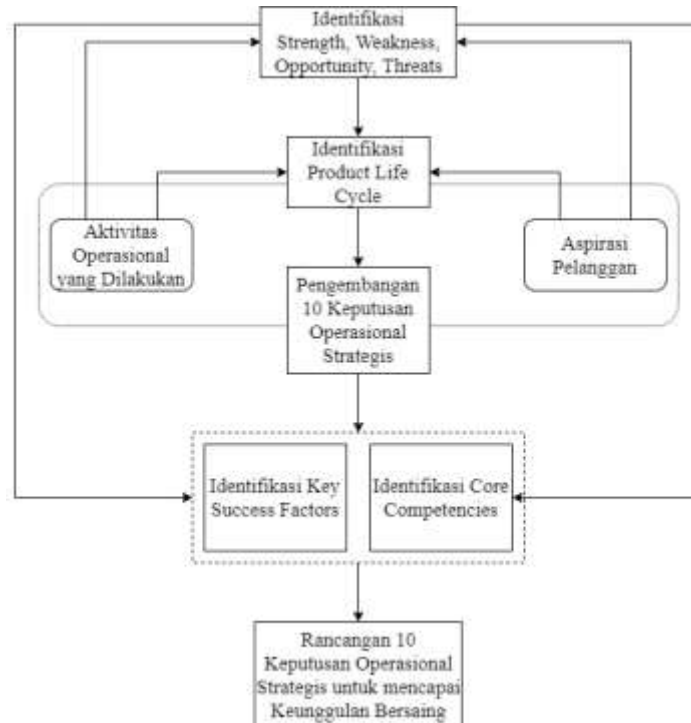
- i. Pada tahap daur produk (*Product Life Cycle*) manakah Mendjamu berada berdasarkan aktivitas operasionalnya?
- ii. Bagaimanakah cara Mendjamu mengimplementasikan 10 keputusan operasional?
- iii. Strategi apa saja yang seharusnya Mendjamu lakukan pada tahap daur produk (*Product Life Cycle*) tersebut?
- iv. Bagaimana implementasi 10 keputusan operasional yang seharusnya dilakukan Mendjamu agar dapat mencapai keunggulan bersaing?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

- i. Untuk mengidentifikasi di tahap daur produk (*Product Life Cycle*) manakah Mendjamu berada berdasarkan aktivitas operasionalnya.
- ii. Untuk mengetahui bagaimana cara Mendjamu mengimplementasikan 10 keputusan operasional.
- iii. Untuk menjabarkan strategi yang dapat dilakukan pada tahap daur produk (*Product Life Cycle*) dimana Mendjamu berada.

- iv. Untuk menganalisis hal-hal yang seharusnya Mendjamu lakukan dalam mengimplementasikan 10 keputusan operasional agar dapat mencapai keunggulan bersaing.

### 1.5. Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 – Kerangka Berpikir Penelitian

Setiap penelitian memerlukan kerangka berpikir untuk memudahkan fokus penelitian yang dilakukan. Pada penelitian ini, kerangka berpikir tersebut ditunjukkan pada Gambar 1.1. Untuk melakukan penelitian ini, dibutuhkan 2 data utama, yaitu aspirasi pelanggan dan mengetahui aktivitas operasional yang dilakukan oleh Mendjamu. Data-data tersebut kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi dimanakah tahapan PLC Mendjamu dan apa sajakah *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* (SWOT) dari Mendjamu. SWOT akan

memberikan arahan untuk *Key Success Factors* (KSF) dan *Core Competencies* (CC) apa saja yang sudah dimiliki Mendjamu. Kemudian, hal ini dapat dilanjutkan untuk mengembangkan 10 keputusan operasional strategis. Pengembangan 10 keputusan strategis tersebut kemudian dianalisis apa saja yang dapat direalisasikan sesuai dengan KSF dan CC yang terdapat pada Mendjamu. Pada akhirnya, keunggulan bersaing yang Mendjamu miliki dapat diketahui. Dengan diketahuinya keunggulan bersaing, perbandingan dimana hal-hal yang tidak cocok ataupun yang dapat dipertahankan oleh Mendjamu dalam hal keputusan strategis juga dapat diketahui. Itulah yang menjadi fokus penelitian ini.

## **1.6. Cakupan dan Batasan Penelitian**

### **1.6.1. Cakupan**

Dalam penelitian ini, penulis mencakup teori-teori *Product Life Cycle*, 10 Keputusan Operasional, dan Keunggulan Bersaing. Hal ini menjadi faktor yang penting dalam penentuan dan pertumbuhan keberhasilan dari perusahaan tersebut dengan mengetahui tindakan yang tepat sesuai dengan tahap *product life cycle* dan keputusan operasional yang tepat untuk mengacu pengambilan keputusan yang baik agar dapat mengetahui keunggulan bersaing Mendjamu.

### **1.6.2. Batasan**

Penelitian ini memiliki beberapa batasan tertentu. Pertama, penelitian ini berfokus pada perusahaan Mendjamu yang berbasis di Kota Bandung. Batasan objek penelitian ini tentu menjadi pembeda utama untuk hasil penelitian dengan penelitian lain yang sejenis. Kedua, batasan waktu penelitian ini adalah dari bulan Januari 2020 sampai dengan Agustus

2020. Dengan batasan dimensi waktu tersebut, terdapat kemungkinan bahwa penelitian ini harus dilakukan kembali untuk mendapatkan hasil yang sesuai.