



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 Dreezel Coffee

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Kharisman Firdaus Nazara

2016320156

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/2019

Analisis Strategi Bersaing Dreezel Coffee

Skripsi

Oleh

Kharisman Firdaus Nazara

2016320156

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, S.Sos.,M.M.

Bandung

2020

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Kharisman Firdaus Nazara
Nomor Pokok : 2016320156
Judul : Strategi Bersaing Dreezel *Coffee*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 28 Januari 2021
Dan dinyatakan LULUS

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Marihot T. Effendi, Drs., M.Si : 

Sekretaris

Dr.Orpha Jane : 

Anggota

Dr. Fransisca Mulyono : 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Kharisman Firdaus Nazara
No Pokok : 2016320156
Judul : Analisis Strategi Bersaing Dreezel *Coffee*

Menyetujui untuk diajukan pada
Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Bandung, 2020

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

14 Januari 2021

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

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Kharisman Firdaus Nazara
NPM : 2016320156
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Strategi Bersaing Dreezel Coffee

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, 7 Januari 2021

Kharisman Firdaus Nazara



ABSTRAK

Nama : Kharisman Firdaus Nazara
NPM : 2016320156
Judul : Analisis Strategi Bersaing Dreezel *Coffee*

Indonesia merupakan negara yang menjadi salah satu tempat destinasi berbagai macam pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu sektor penting untuk membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu sub sektor dari pariwisata adalah industri kuliner. Salah satu kota di Indonesia yang terkenal dengan pariwisatanya adalah Kota Bandung. Tujuan wisatawan ke Kota Bandung adalah mengunjungi tempat wisata dan mencoba berbagai macam aneka kuliner. Salah satu bisnis yang terus mengalami pertumbuhan yang signifikan adalah *Coffee Shop*. Dreezel *Coffee* merupakan salah satu toko kopi yang menjual berbagai jenis minuman dengan harga yang relative terjangkau. Dreezel *Coffee* menerapkan strategi *differentiation* dengan menggunakan konsep *homey* dan *humble*.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi *differentiation* yang selama ini digunakan oleh Dreezel *Coffee* agar dapat bertahan terhadap pasar. Setelah mengetahui tentang strategi yang selama ini digunakan oleh Dreezel *Coffee* maka peneliti melakukan penelitian yang bertujuan untuk memberikan saran kepada Dreezel *Coffee* agar dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yang termasuk kedalam analisis deskriptif yaitu pengamatan secara langsung serta menganalisis sebuah kasus secara cermat, selain itu peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi. Saat penelitian dilaksanakan, hasil penelitian kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya. Data dianalisis dengan menggunakan SWOT, PESTLE, Porter 5 forces, serta analisis internal dan eksternal perusahaan yang dipadukan dengan merumuskan kelebihan, kekurangan, peluang, ancaman (SWOT) bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *differentiation* yang digunakan cukup efektif karena memiliki inovasi dan konsep yang berbeda dengan café lain, sementara untuk mengantisipasi persaingan dan mengembangkan usahanya dimasa yang akan datang perusahaan dapat mengimplementasikan kualitas kepada produk, karena seringkali Dreezel *Coffee* gagal memenuhi kebutuhan bubuk kopi bagi pelanggan, hal ini bertujuan untuk mempertahankan dan mengembangkan Dreezel *Coffee* dari pesaing yang lainnya.

Kata Kunci : *SWOT, PESTLE, Porter 5 Forces, analisis internal dan eksternal*

ABSTRACT

Name : Kharisman Firdaus Nazara

NPM 2016320156

Title : *Dreezel Coffee's Competitive Strategy Analysis*

Indonesia is a country that is one of the destinations for various kinds of tourism. Tourism is one of the important sectors to support economic growth in Indonesia. One of the sub-sectors of tourism is the culinary industry. One of the cities in Indonesia which is famous for its tourism is the city of Bandung. The goal of tourists to Bandung is to visit tourist attractions and try various kinds of culinary delights. One of the businesses that continues to experience significant growth is the Coffee Shop. Dreezel Coffee is a coffee shop that sells various types of drinks at relatively affordable prices. Dreezel Coffee applies a differentiation strategy using the concept of homey and humble.

The purpose of this study was to analyze the differentiation strategy that has been used by Dreezel Coffee in order to survive in the market. After knowing about the strategies that have been used by Dreezel Coffee, the researchers conducted research aimed at providing advice to Dreezel Coffee in order to maintain and develop its business. This research uses a case study approach which is included in descriptive analysis, namely direct observation and analyzing a case carefully. In addition, researchers use data collection techniques by interview and observation. When the research was carried out, the research results were then processed and analyzed to draw conclusions. Data were analyzed using SWOT, PESTLE, Porter 5 forces, as well as internal and external analysis of the company combined with formulating strengths, weaknesses, opportunities, threats (SWOT) for the company

The results of this study indicate that the differentiation strategy used is quite effective because it has different innovations and concepts from other cafes, while to anticipate competition and develop future businesses the company can implement quality to the product, because often Dreezel Coffee fails to meet the needs of coffee powder for customers, this aims to maintain and develop Dreezel Coffee from other competitors

Keywords: SWOT, PESTLE, Porter 5 Forces, internal and external analysis

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah berupa skripsi judul “Strategi bersaing Dreezel Coffe”

Tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis jenjang pendidikan Strata Satu (S.Ab) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi membuat skripsi ini menjadi lebih baik.

Pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala motivasi dan bimbingan yang diberikan kepada penulis hingga skripsi ini bisa terselesaikan. Semoga Tuhan selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan Keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Ucapan terimakasih ini diucapkan antara lain kepada yang terhormat :

1. Bapak Mangadar Situmorang, Ph. D. selaku Rektor Universitas Katolik Parahyangan
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo selaku Dekan FISIP UNPAR
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

4. Ibu Dr.Orpha Jane, S.Sos., M.M selaku dosen pembimbing yang memotivasi saya dan yang bersedia meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan kepada saya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
5. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Binis beserta staff Administrasi Bisnis yang telah mengajar dan membantu dari awal perkuliahan hingga saat ini
6. Kepada Orang Tua terkasih Bapak Side Ide Nazara dan Ibu Setiamawati Zega dan juga adik Agnes Nazara yang selalu mendukung, memotivasi, mengingatkan dan memberikan segenap cinta kasih sayang moril maupun materil
7. Andre Muhammad Zhafiri Selaku pemilik/ owner Dreezel Coffee
8. Kepada Valerie Puji yang menjadi perantara atau mediator antara penulis dengan pihak Dreezel Coffee
9. Sahabat terkasih Pejuang Adbis Lorencius Kurniadi, Naufal Rayhan,Fandi Alfathan, Syafi Hermansyah, Alizar Rasyid, Rizky Iman, Yofan Gerald, Albert Panggian, yang telah menemani dari awal perkuliahan saya sampai saat ini baik dalam senang maupun tidak
10. Sahabat Terkasih Aldo Letsoin, Peter Kevin Kaihatu, Dillo Tanaka, Samuel Pangihutan, Dara Sheila, Feren Firmansyah, Modablofel Julines, Dena Hutagalung yang telah bersama-sama menemani saya dimanapun dan kapan pun

11. Kepada Teman-teman E15 Unpar yang menjadi teman pertama saya di kampus
12. Kepada Tunas 26 yang memberi saya tempat, waktu, support pada fase awal perkuliahan saya
13. Terimakasih kepada orang-orang yang pernah hadir dalam fase perkuliahan saya
Pradya paruhita, Yuliana Keke, Rekha S, Nicky Putri, Nabila Ulfah, Yesslin Aurel
14. Kepada Sahabat-sahabat saya yang lain Bryan Leopoldo Nirahua, Adrian Lewis, Agung Sihotang, Brandon,
15. Teman –teman dan keluarga besar Medic terlebih Medic 2016
16. Teman-teman seperjuangan magang di Jonas Foto Zhafarin, Bagus, Fandi, Loren yang sudah bersama-sama dalam bekerja magang disana
17. Semua teman-teman Administrasi Binis 2016 yang tidak bisa saya sebutkan semua satu persatu yang telah menemani masa perkuliahan saya dari awal hingga saat ini dan sampai kita bertemu di kesuksesan kita masing-masing nanti
18. Semua teman-teman FISIP UNPAR 2016 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu
19. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian rancangan penelitian ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

Akhir kata semoga rancangan penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua

Bandung, 11 Januari 2021

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to be 'A' and 'M'.

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
<i>Tabel 1.1</i>	3
<i>Sumber: Data dari Badan Statistik kota Bandung tahun 2018</i>	3
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6

1.4 Manfaat Penelitian	7
1. Bagi Penulis.....	7
2. Bagi Pihak Lain atau Pembaca.....	7
BAB II KERANGKA TEORI.....	10
2.1 Definisi Strategi	10
2.1.1 Tingkatan Strategi.....	11
2.1.2 Manajemen Strategi	13
2.1.3 Tahapan Manajemen Strategi.....	14
2.2 Pengertian Strategi Bersaing	15
2.2.1 Tujuan Strategi Bersaing.....	15
2.2.2 Pengertian Strategi Generik Michael Porter.....	16
2.2.3 <i>Cost Leadership</i>	17
2.2.4 Diferensiasi	17
2.2.5 <i>Focus</i>	18
2.3 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	20
2.3.1 Manajemen.....	21
2.3.2 Pemasaran	22

2.3.3 Keuangan	23
2.3.4 Produksi	23
2.3.5 Manajemen Suber Daya Manusia.....	22
2.4 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	26
2.4.1 Analisis PESTLE	27
2.4.2 Analisis Five Forces Menurut Porter	28
2.4.3 Analisis SWOT	30
2.4.4 Tujuan dan Manfaat Analisis SWOT	32
2.4.5 Matriks SWOT	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1 Wawancara.....	36
3.3.2 Observasi.....	37
3.4 Sumber Data	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	38

1. Aspek internal.....	38
2. Aspek Eksternal.....	39
3. Analisis efektivitas.....	40
3.6 Operasional Variabel.....	40
3.7 Model Penelitian	44
<i>Gambar 3.1 Model Penelitian.....</i>	<i>45</i>
<i>Sumber : Dibuat Oleh Penulis</i>	<i>45</i>
3.8 Lokasi Penelitian.....	45
BAB IV OBJEK PENELITIAN	47
4.1 Sejarah Perusahaan.....	47
4.2 Profil Perusahaan.....	47
4.2.1 Logo.....	49
<i>Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....</i>	<i>49</i>
4.2.2 Visi dan Misi	50
4.3 Penawaran Perusahaan	50
4.3.1 Menu Dreezel Coffee	50
<i>Gambar 4.2</i>	<i>51</i>

<i>Menu Dreezel Coffee</i>	51
<i>Gambar 4.3</i>	52
<i>Menu Minuman</i>	52
4.3.2 Produk Dreezel Coffee	52
<i>Gambar 4.4</i>	53
<i>Produk Cold Brew White Dreezel Coffee</i>	53
<i>Gambar 4.5</i>	53
<i>Kopi Susu Cup Dreezel Coffee</i>	53
4.3.3 Jam Operasional	53
4.4 Aktivitas Bisnis Perusahaan.....	53
4.4.1 Pemesanan Bahan Baku	53
4.4.2 Pelayanan, Pemesanan, dan Penyajian	54
4.4.3 Promosi	55
4.4.4 Suasana Café Dreezel	55
<i>Gambar 4.6</i>	56
<i>Suasana Malam Dreezel Coffee</i>	56
<i>Gambar 4.7</i>	57

<i>Suasana Siang Dreezel Coffee</i>	57
4.4.5 Target Pasar Utama	57
4.4.6 Tempat dan Fasilitas	57
4.4.7 Tujuan Perusahaan	57
4.5 Struktur Organisasi	58
.....	58
<i>Gambar 4.8</i>	59
<i>Struktur Organsasi Dreezel Coffee</i>	59
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	60
5.1 Strategi yang digunakan Dreezel Café	60
<i>Gambar 5.1 Suasana Homey and Humble</i>	61
5.1.1 Analisis Eksternal	62
5.1.2 Analisis PESTEL	62
5.1.3 Porter’s Five Forces	65
5.2 Analisis lingkungan Internal	67
5.2.1 Operasional	67
5.2.2 Pemasaran	69

5.2.3 Keuangan.....	71
5.2.4 Sumber Daya Manusia.....	72
5.3 Analisis SWOT	73
5.3.1 Kekuatan (<i>strength</i>)	73
5.3.2 Kelemahan (<i>weakness</i>).....	74
5.3.3 Peluang (<i>Opportunities</i>).....	74
5.3.4 Ancaman (<i>Threats</i>)	75
5.4 Matriks SWOT	76
5.4.1 S-O.....	76
5.4.2 W-O	76
5.4.3 S-T	76
5.4.4 W-T.....	76
5.5 Hasil pengamatan penulis	76
BAB VI PENUTUP	79
6.1 Kesimpulan	79
6.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82

LAMPIRAN	84
Hasil Wawancara	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sumber: Data dari Badan Statistik kota Bandung tahun 2018..... 11

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran</i>	9
<i>Gambar 3.1 Model Penelitian</i>	45
<i>Gambar 4.1 Logo Perusahaan</i>	53
<i>Gambar 4.2 Menu Dreezel Coffee</i>	55
<i>Gambar 4.3 Menu Minuman</i>	56
<i>Gambar 4.4 Produk Cold Brew White Dreezel Coffee</i>	57
<i>Gambar 4.5 Kopi Susu Cup Dreezel Coffee</i>	57
<i>Gambar 4.6 Suasana Malam Dreezel Coffee</i>	60
<i>Gambar 4.7 Suasana Siang Dreezel Coffee</i>	60
<i>Gambar 4.8 Struktur Organisasi Dreezel Coffee</i>	63
<i>Gambar 5.1 Suasana Homey and Humble</i>	65

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang menjadi salah satu tempat destinasi dengan berbagai macam pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu sektor penting untuk membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dilansir dari newswantara, Bank Dunia dan *World Tourism Organization*, menyatakan bahwa pariwisata merupakan bagian penting yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyakut kegiatan sosial dan ekonomi (Rafsanjani, 2019).

Salah satu faktor pendorong dalam pengembangan untuk pariwisata adalah sub sektor pada industri kuliner. Indonesia merupakan salah satu negara yang terkenal dengan berbagai keberagaman dalam kuliner. Saat ini bisnis dibidang makanan dan minuman tidak hanya dilakukan untuk mengenyangkan perut tetapi juga berkembang menjadi kegiatan gaya hidup masyarakat saat ini. Maka, dapat dikatakan bahwa industri makanan dan minuman menjadi salah satu faktor penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita dalam Okefinance, pertumbuhan industri makanan dan minuman akan tumbuh positif hingga akhir tahun ini. Diprediksi sektor industri makanan dan minuman akan tumbuh hingga 3% (Rantung, 2020).

Salah satu kota di Indonesia yang terkenal dengan pariwistanya adalah kota Bandung yang memiliki jumlah pengunjung atau wisatawan yang terus bertambah

dengan jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung sekitar 6-7 juta jiwa setiap tahunnya. (Yudatama, 2019). Salah satu tujuan wisatawan untuk datang ke kota Bandung adalah untuk mengunjungi tempat-tempat wisata dan mencoba berbagai macam aneka kuliner yang ada di kota Bandung.

Salah satu bisnis makanan dan minuman yang terus mengalami pertumbuhan secara signifikan adalah bisnis *coffe shop*. pertumbuhan bisnis *coffe shop* di Indonesia mengalami pertumbuhan dilihat dari bertambahnya 2000 *coffee shop* dalam tiga tahun terakhir (Sugianto, 2019). *Coffe shop* di era milenial saat ini tidak hanya menyediakan menu makanan dan minuman saja tetapi juga menyediakan tempat untuk pengunjung dapat melakukan kegiatan yaitu untuk mengerjakan tugas atau pekerjaan kantor, berkumpul dengan teman, serta dapat digunakan untuk kegiatan rapat.

Dengan pertumbuhan yang sangat signifikan terhadap *coffe shop* tersebut dan dengan permintaan yang bertambah dari konsumen, maka sebagai pelaku bisnis *coffee shop* berlomba untuk melakukan inovasi mulai dari tempat yang nyaman dan unik, harga yang murah, jenis minuman yang berbeda dengan tempat lain, pelayanan yang memuaskan pelanggan, dan lain-lain. Hal tersebut bertujuan untuk agar pemilik bisnis *coffe shop* yang bersangkutan memiliki nilai untuk dapat menarik minat pelanggan serta dapat bertahan di dalam persaingan *coffe shop*.

Saat ini jumlah *coffee shop* di kota Bandung terus mengalami peningkatan dan hampir disetiap jalan kota Bandung terdapat *coffee shop*. Beberapa konsep yang ditawarkan oleh *coffee shop* saat ini sudah lebih menyesuaikan dengan kebutuhan

konsumen yang datang yaitu dengan menyediakan tata letak tempat duduk yang nyaman, pencahayaan yang cukup, wifi, serta memberikan fasilitas listrik yang dapat digunakan untuk *mencharger* laptop ataupun *handphone*. hal tersebut untuk menunjang kegiatan konsumen yang ingin meminum kopi sambil melakukan kegiatan produktif seperti bekerja atau hal lainnya.

Menurut data yang ada perkembangan bisnis café di Bandung semakin lama semakin banyak. Berikut data nya:

Tabel 1.1

Sumber: Data dari Badan Statistik kota Bandung tahun 2018

Tahun	Jumlah Cafe	Persentase Kenaikan
2011	191	2,68%
2012	196	2,61%
2013	235	19,89%
2014	432	49,8%
2015	653	51,2%

Berdasarkan grafik diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan bisnis cafe di Kota Bandung sangat lah pesat karena dari tahun ke tahun terus mengalami kenaikan. Akan tetapi, dengan bertambahnya jumlah *coffe shop* di kota Bandung maka, tinggi pula tingkat persaingannya. Konsumen memiliki standar kepuasan tertentu dan

berbeda-beda jika dihubungkan dengan kreatifitas dan keunggulan yang dimiliki dan disajikan oleh setiap *coffee shop*. Tidak jarang, *coffee shop* yang gagal dalam bersaing sehingga bangkrut karena tidak memiliki keunggulan dalam bersaing,

Persaingan bisnis sangat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan dari sebuah bisnis. Persaingan dapat membantu perusahaan untuk menentukan strategi yang baik. Strategi bersaing merupakan rencana perusahaan untuk bersaing dalam pasar yang bertujuan untuk mencapai tujuannya dan bertahan dalam bisnisnya. Tujuan dari strategi bersaing adalah untuk mendapatkan posisi yang menguntungkan serta menjaga keunggulan bersaing dengan para pesaing pada industri yang sama.

Dreezel *Coffee* merupakan bisnis yang bergerak pada industri makanan dan minuman yang berbentuk *coffee shop* dan didirikan di kota Bandung pada tahun 2015. Sebagai satu bisnis *coffee shop* yang telah berdiri selama 5 tahun Dreezel *coffee* tentunya memiliki jumlah pesaing baru. Dengan semakin meningkatnya industri makanan dan minuman di kota Bandung. Dreezel *Coffee* menjadikan hal tersebut sebagai tantangan sekaligus peluang untuk ikut bersaing dalam bisnis *coffee shop*. Saat ini, Dreezel *Coffee* belum memiliki strategi khusus dalam bersaing, akan tetapi cafe ini cukup terkenal dan digemari anak milenial karena setiap hari selalu penuh dengan konsumen, terlebih letaknya yang mudah dijangkau dan berada di pusat Kota Bandung. Dreezel *Coffee* memiliki keunikan yaitu biji kopi yang digunakan berasal dari daerah dengan perkebunan kopi yang terkenal dengan rasa khas kopinya yaitu biji kopi dari Sumatera, Sulawesi, Jawa, dan Bali, selain itu salah satu keistimewaan dari Dreezel *coffee* adalah menyediakan kopi dengan ragam metode yaitu pelanggan dapat

bereksperimen sesuai dengan selera masing-masing, sekaligus memberikan edukasi kepada pelanggan yang tidak menyukai rasa pahit pada kopi. Konsep menu yang ditawarkan oleh Dreezel coffe adalah coklat dan kopi yang bervariasi. Dreezel *coffee* menggunakan strategi bersaing tersebut agar dapat bertahan didunia persaingan *coffee shop*.

Dalam menganalisis strategi yang digunakan, penulis menganalisis dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal untuk mengetahui dampak yang dihasilkan dari faktor-faktor tersebut. Faktor internal perusahaan terdiri dari Operasional, Keuangan, Sumber Daya Manusia dan Marketing. Sedangkan faktor eksternal perusahaan yang pertama yaitu analisis PESTLE (politik, ekonomi, sosial, teknologi, legal dan ekologi) dan analisis Porter's Five Forces yang dapat dilihat dari kekuatan pemasok, ancaman pendatang baru, kekuatan pembeli, ancaman jasa substitusi, dan persaingan antara kompetitor. Setelah mengetahui faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi perusahaan, selanjutnya penulis akan menganalisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Dari semua teori yang sudah digunakan diatas, penulis dapat mengetahui apa saja strategi yang digunakan oleh Dreezel Coffee, sehingga penulis dapat menyimpulkan apakah strategi tersebut sudah efektif atau belum, serta dapat merekomendasikan strategi yang tepat untuk perusahaan agar dapat berkembang dan lebih unggul dari kompetitor nya.

Atas dasar tersebut, penelitian ini adalah mengenai strategi yang sesuai untuk diterapkan pada Dreezel *Coffee* agar mampu bertahan, bersaing, dan memiliki nilai tambah untuk mendapatkan konsumen dalam menghadapi persaingan yang ada maka dengan judul “Strategi Bersaing Dreezel Kopi di Kota Bandung”.

1.2 Rumusan Masalah

Coffee shop di kota Bandung telah menjamur yang membuat setiap *coffee shop* harus memiliki strategi yang efektif dan tepat guna, hal tersebut dikarenakan jumlah pesaing pada industri ini yang terus meningkat dan harus dihadapi oleh pelaku bisnis. Dengan demikian, Dreezel *coffee* harus memiliki strategi yang tepat untuk bersaing agar tidak kalah dengan pesaingnya serta dapat bertahan dalam industri kopi, maka rumusan masalah yang dituangkan dalam pertanyaan sebagai berikut :

1. Strategi apa yang diterapkan oleh Dreezel kopi selama ini ?
2. Strategi apa yang disarankan untuk Dreezel kopi agar dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya?

1.3 Tujuan Penelitian

Melihat pokok permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui, mengkaji, dan membahas strategi yang telah di terapkan oleh Dreezel *coffee* saat ini dalam menjalankan usahanya agar dapat berkembang dan bertahan.

2. Mengetahui dan memberikan saran yang tepat dan efektif untuk Dreezel *coffee* mengenai strategi apa yang sebaiknya dapat digunakan untuk tetap bertahan dan berkembang.

1.4 Manfaat Penelitian

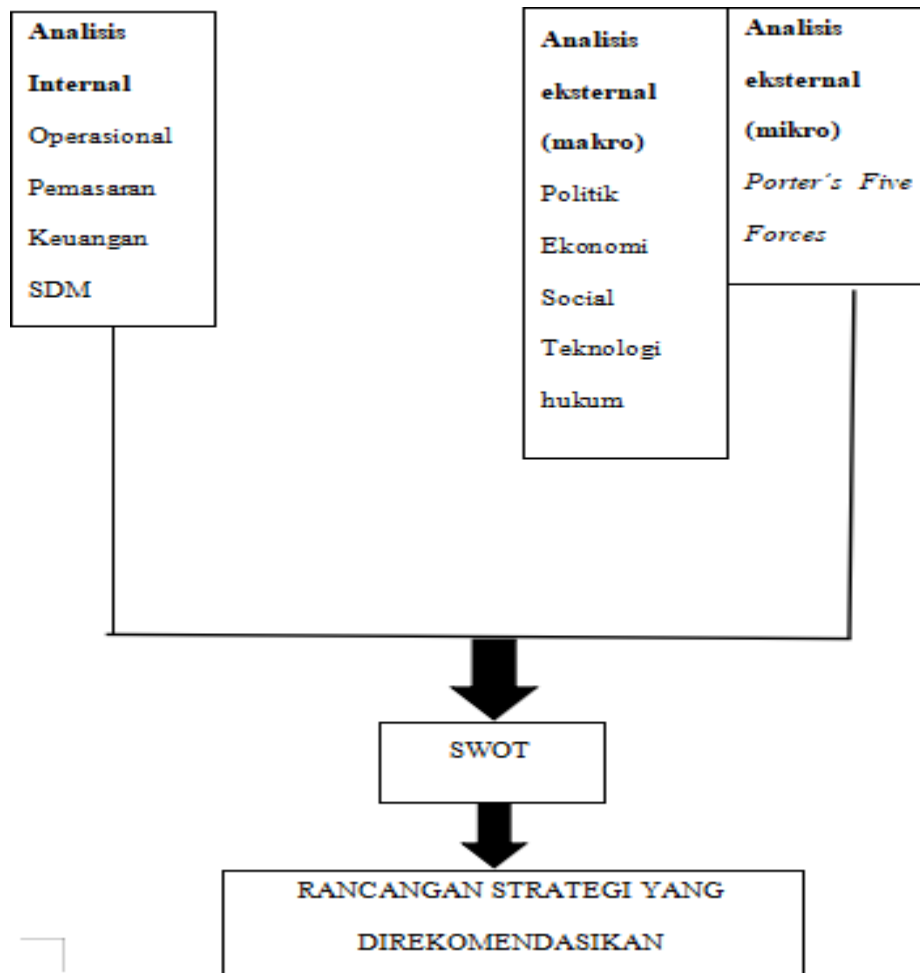
1. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna bagi penulis untuk menambahkan wawasan yang luas serta mengetahui strategi yang baik bagi perusahaan

2. Bagi Pihak Lain atau Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembaca untuk menambah wawasan dan sumber informasi mengenai atau referensi dan manfaat untuk kegunaan penelitian lanjutan. buat dunia pendidikan terlebih dunia bisnis sehingga dapat memberikan informasi dalam strategi bisnis di Bandung

1.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1

Kerangka pemikiran

