



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi A
SK BAN-PT No.: 3949/SK/BAN-PT/AKRED/S/X/2019

Analisis Strategi Inovasi pada PT. Hanan Boga Rasa

Skripsi
Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh
Anggie
2017320188

Bandung
2021



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi A
SK BAN-PT No.: 3949/SK/BAN-PT/AKRED/S/X/2019

Analisis Strategi Inovasi pada PT. Hanan Boga Rasa

Skripsi

Oleh
Anggie
2017320188

Pembimbing
Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

Bandung
2021

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Anggie
Nomor Pokok : 2017320188
Judul : Analisis Strategi Inovasi pada PT. Hanan Boga Rasa

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 19 Juli 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

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

:

Sekretaris

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

:

Anggota

Dr. Fransisca Mulyono, 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 : Anggie

NPM : 2017320188

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Inovasi pada PT. Hanan Boga Rasa

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 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 di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 26 Juni 2021



Anggie

ABSTRAK

Nama : Angie
NPM : 2017320188
Judul : Analisis Strategi Inovasi pada PT. Hanan Boga Rasa

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi bisnis yang dilakukan oleh PT. Hanan Boga Rasa, mengetahui efektivitas dari inovasi untuk mengukur keberhasilan usaha, mengetahui perubahan apa yang dapat dilakukan oleh PT. Hanan Boga Rasa di masa pandemi saat ini serta menganalisis strategi apa yang dapat dikembangkan oleh PT. Hanan Boga Rasa. Cakupan yang akan dikaji dalam penelitian ini terkait dengan strategi inovasi dalam pengembangan bisnis yang dilakukan oleh PT. Hanan Boga Rasa.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Instrumen penelitian yang digunakan adalah pedoman wawancara. Data utama penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dengan perusahaan PT. Hanan Boga Rasa. Informan dalam penelitian ini adalah *owner* perusahaan PT. Hanan Boga Rasa, *Business Development Manager* dan *Admin Manager*. Proses pengumpulan data terdiri dari wawancara dan observasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis PEST, analisis SWOT, Matriks SWOT dan *five force's model*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi yang digunakan pada PT. Hanan Boga Rasa adalah inovasi produk. Efektivitas inovasi produk dari data yang didapat pada industri *catering* harian maupun *catering wedding* pada PT. Hanan Boga Rasa mengalami peningkatan setiap bulannya sehingga dapat dikatakan berhasil dalam inovasi dari produknya. Perusahaan melakukan inovasi untuk mempertahankan perusahaan dengan kembali bekerjasama dengan perusahaan lain, menawarkan paket *wedding all in* dengan harga yang terjangkau dan menawarkan *catering* harian dengan harga yang terjangkau dengan berbagai macam menu pilihan. PT. Hanan Boga Rasa menggunakan strategi pengembangan produk dilihat dari hasil analisis PEST, analisis SWOT, matriks SWOT dan *five force's model*.

Rekomendasi yang dapat diberikan adalah kepada PT. Hanan Boga Rasa untuk meningkatkan inovasi produk, memperluas relasi serta jaringan bisnis untuk meningkatkan kerjasama dengan instansi-instansi dan perusahaan yang ada, meningkatkan kompetensi para karyawan dengan memberikan pelatihan keahlian *catering*, menjalin dan menjaga hubungan baik dengan konsumen maupun calon konsumen serta lembaga pemerintahan, membuat pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas dalam struktur organisasinya serta menerapkan strategi pengembangan produk yang terdapat pada matriks SWOT dan *five force's model*.

Kata Kunci: Strategi Inovasi, PEST, SWOT, *Five Force's Model*

ABSTRACT

Name : Angie
Student ID : 2017320188
Title : Analysis Innovation Strategy of PT. Hanan Boga Rasa

This research aims to determine the business innovation conducted by PT. Hanan Boga Rasa, to determine the effectiveness of the innovation to measure business success, to determine what changes can be made by PT. Hanan Boga Rasa in this pandemic period and to analyze the strategy that can be developed by PT. Hanan Boga Rasa. The scope to be studied in this research related to the innovation strategy in the business development conducted by PT. Hanan Boga Rasa.

This research is a descriptive qualitative research. The research instrument used is interview guideline. The main data of this research are obtained through observation and in dept interview with PT. Hanan Boga Rasa company. The informants in this research are the owner of PT. Hanan Boga Rasa company, Business Development Manager and Admin Manager. The data collection processes consist of interview and observation. The data analysis methods used are PEST analysis, SWOT analysis, SWOT matrix, and Five Force's Model.

The research results showed that the innovation used in PT. Hanan Boga Rasa is product innovation. The effectiveness of product innovation from the data obtained from the daily catering industry and wedding catering in PT. Hanan Boga Rasa are increasing every month therefore can be said to be successful in the product innovation. The company innovates to maintain the company by back to work with other companies, offering all in wedding package with affordable price and offering daily catering with affordable price and various menu choices. PT. Hanan Boga Rasa used the product development strategy seen from the results of PEST analysis, SWOT analysis, SWOT matrix, and five force's model.

The recommendations that can be given are for the PT. Hanan Boga Rasa to increase the product innovation, expand business relationships and networks to increase partnerships with existing agencies and companies, increase the competencies of employees by giving catering skills training, establish and maintain good relationships with customers and potential customers and government agency, make a clear division of tasks and responsibilities within the organizational structure and implement the product development strategy in the SWOT matrix and five force's model.

Keywords: Innovation Strategy, PEST, SWOT, Five Force's Model

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, rahmat dan bimbinganNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Strategi Inovasi pada PT. Hanan Boga Rasa”. Penelitian skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana S1 pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam penelitian ini, penulis mencoba memberikan yang terbaik walaupun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat hal-hal yang belum sempurna dan luput dari perhatian penulis, penulis berusaha semaksimal mungkin untuk segala kekurangan dalam bahasa maupun teknik penyajian yang digunakan. Penulis berharap dengan penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pihak yang membutuhkan serta penulis juga sangat menerima kritik dan saran yang membangun.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari kendala, keterbatasan, kesulitan, hambatan dan waktu, namun berkat berbagai motivasi, dukungan, bimbingan dan kerjasama dari pembimbing dan narasumber. Pada kesempatan ini, saya selaku penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang sudah membantu dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Terimakasih kepada Tuhan YME yang telah memberikan kekuatan, kelancaran, dan kesehatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
2. Terimakasih untuk kedua orang tua, kakak dan adik yang selalu memberikan semangat, dukungan moral serta doa selama penulis melakukan penyusunan skripsi.
3. Bapak Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta dengan penuh kesabaran membimbing dengan memberikan petunjuk-petunjuk dan nasehat-nasehat dalam menyusun skripsi ini.
4. Ibu Angela Caroline, S.AB., M.M. selaku dosen wali yang telah mengarahkan penulis serta memberikan saran kepada penulis selama perkuliahan.
5. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis yang telah meluangkan waktu dalam penanda tangan dalam memberikan persetujuan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan di Universitas Katolik Parahyangan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terutama Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
7. PT. Hanan Boga Rasa yang telah bersedia dan mengizinkan penulis dalam melakukan penelitian dan bersedia meluangkan waktunya untuk wawancara.
8. Cyntia Gisela salah satu sahabat yang selalu menyemangati dan mendukung penulis selama skripsi ini berlangsung.

9. Enrika Yonata Limbong teman sebangunan yang selalu bersama-sama berjuang, saling membantu, saling memberikan semangat satu sama lain dan saling mengingatkan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Erlina Agustin, Florencia Judith, Thresia Dian, Wina Wijaya Sijabat, Veronika Bella, selaku teman seperjuangan dalam menyusun skripsi dan teman selama berkuliah di Ilmu Administrasi Bisnis.
11. Alexandra Sasha dan Rita Novianti yang mendukung penulis dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
12. Teman-teman Ilmu Administrasi Bisnis 2017 yang telah berjuang selama kuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
13. Jerome Polin yang telah memberikan semangat, inspirasi serta motivasi bagi penulis dalam berlangsungnya penyusunan skripsi ini.
14. Pihak-pihak lainnya yang terlibat baik secara langsung ataupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
15. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days, for never quitting, for just being me at all times.*

Semoga Tuhan selalu menyertai pihak-pihak yang telah berpartisipasi dalam membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, atas penyusunan skripsi yang jauh dari sempurna ini, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya

Bandung, 26 Juni 2021

Penulis

Anggie

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Abstract	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran	x
1. PERMASALAHAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Cakupan penelitian	4
2. KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI.....	5
2.1 Kerangka Pemikiran	5
2.1.1 Inovasi.....	6
2.1.2 Tipe-tipe Inovasi	7
2.1.3 Efektivitas Inovasi	8
2.1.4 Strategi Bisnis	9
2.1.5 Jenis Strategi	10
2.1.6 Analisis PEST	11
2.1.7 Analisis SWOT	14
2.1.8 Matriks SWOT.....	15
2.1.9 <i>Five Forces Model</i>	18
2.2 Metodologi Penelitian	21
2.2.1 Metode	21
2.2.2 Instrumentasi Penelitian.....	21

2.2.3 Sumber Data dan Informan.....	27
2.2.4 Proses Pengumpulan Data	28
2.2.5 Teknik Analisis Data	28
3. HASIL DAN TEMUAN	30
3.1 Profil Penelitian	30
3.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	32
3.1.2 Operasional Perusahaan.....	33
3.1.3 Struktur Organisasi	35
3.1.4 Produk dan Jasa Layanan PT. Hanan Boga Rasa	37
3.2 Hasil.....	41
3.2.1 Inovasi.....	42
3.2.2 Efektivitas Inovasi	45
3.3 Pembahasan Hasil.....	46
3.3.1 Perubahan pada Masa Pandemi	46
3.3.2 Strategi Pengembangan Bisnis	48
3.4 Temuan	66
3.4.1 Sasaran atau Target Konsumen.....	68
3.4.2 Produk dan Layanan	69
3.4.3 Sumber Daya.....	71
3.4.4 Keuangan	72
4. KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI DAN IMPLIKASI	73
4.1 Kesimpulan.....	73
4.2 Rekomendasi	74
4.3 Implikasi	78
Daftar Pustaka	80
Lampiran	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	17
Tabel 3.1 Analisis SWOT pada PT. Hanan Boga Rasa	51
Tabel 3.2 Matriks SWOT PT. Hanan Boga Rasa.....	58
Tabel 3.3 Data Pesaing.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia pada Tahun 2015- 2020	1
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	5
Gambar 2.2	<i>Five Forces Model</i>	18
Gambar 3.1	Tampak dari Luar	30
Gambar 3.2	Logo PT. Hanan Boga Rasa	33
Gambar 3.3	Keadaan Dapur	34
Gambar 3.4	Struktur Organisasi PT. Hanan Boga Rasa.....	36
Gambar 3.5	Ketentuan <i>Catering</i>	38
Gambar 3.6	<i>Catering</i> Industri	39
Gambar 3.7	<i>Gathering Event</i>	39
Gambar 3.8	<i>Wedding Event</i>	40
Gambar 3.9	<i>Bank Sample</i>	69
Gambar 3.10	Paket Menu Prasmanan dan Menu Nasi Box	71

DAFTAR LAMPIRAN

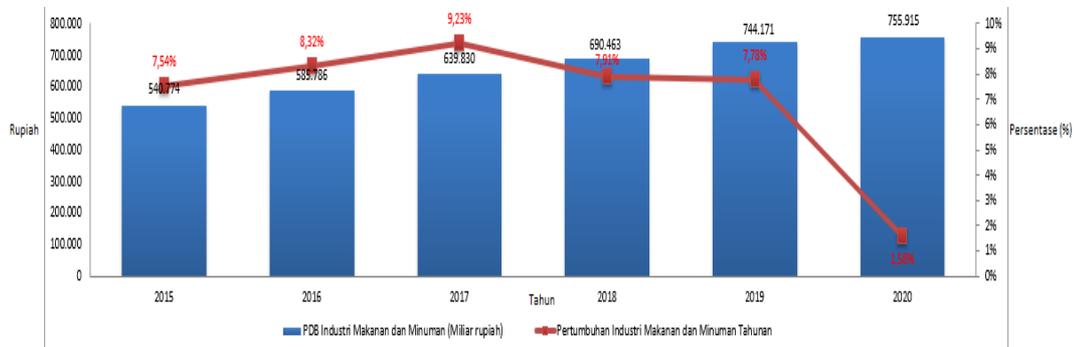
Lampiran 1. Daftar Menu.....	82
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan dan Jawaban Wawancara.....	85

BAB I

PERMASALAHAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam Bisnis.com edisi 3 Januari 2021, mengemukakan bahwa pada tahun 2020, laju pertumbuhan tahunan Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman hanya berkisar 1-2 persen. Kementerian Perindustrian memprediksikan industri makanan dan minuman hanya akan tumbuh sekitar 4,44 persen pada tahun 2021. Berikut adalah tren data pertumbuhan industri makanan dan minuman tahun 2015-2020:



Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia pada Tahun 2015-2021
(Sumber : DataIndustri Research,2020)

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa terjadi pertumbuhan positif dalam kinerja industri makanan dan minuman sebesar 1,58% disepanjang tahun 2020. Meski masih menunjukkan kinerja yang positif serta lebih baik dibandingkan sejumlah industri lainnya yang kinerjanya negatif, akan tetapi

pada tahun 2020, pertumbuhan industri makanan dan minuman masih lebih kecil dibandingkan dengan pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2019 maupun tahun sebelum-sebelumnya.

PT. Hanan Boga Rasa merupakan salah satu bidang industri bisnis yang merasakan dampak dari adanya pandemi, dengan terjadinya penurunan pendapatan yang signifikan maka tingkat permintaan terhadap *catering* semakin menurun. Turunnya tingkat pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2020 disebabkan oleh pengaruh dari pandemi Covid-19 yang telah memberikan dampak negatif terhadap berbagai bidang industri bisnis atau usaha di Indonesia. Tentunya keadaan ini akan berdampak pada merosotnya omset beberapa vendor yang tersangkut dalam bisnis *wedding organizer*, salah satunya ialah *catering*.

Perusahaan PT. Hanan Boga Rasa berfokus kepada dua bidang industri *catering* yaitu pada *catering* harian dan *catering wedding/wedding event*. Ketika terjadinya pandemi, maka perusahaan PT. Hanan Boga Rasa merasa sulit melakukan inovasi terhadap *catering wedding/wedding event* dikarenakan kondisi yang tidak memungkinkan seperti dengan adanya aturan kebijakan pemerintah dalam menangani Covid-19 dengan menjaga jarak, maka sulit bagi perusahaan PT. Hanan Boga Rasa untuk melakukan *wedding event* sehingga penjualan yang inovatif tertunda sementara waktu. Perusahaan PT. Hanan Boga Rasa harus mengetahui momen yang sesuai dan melihat kondisi keadaan pandemi saat ini agar *catering wedding/wedding event* dapat dilakukan.

Oleh karena itu, inovasi menjadi penting bagi PT. Hanan Boga Rasa agar dapat menjadi unggul di dalam bidang industri jasa *catering* sehingga dapat bertahan pada situasi pandemi saat ini. Perusahaan PT. Hanan Boga Rasa

melakukan inovasi terhadap *catering* harian dan *catering wedding/wedding event*. Mengingat telah banyak masyarakat Indonesia terutama Bandung yang menekuni industri bisnis jasa *catering*. Oleh karena itu, kompetitor PT. Hanan Boga Rasa juga semakin meningkat. Inovasi diperlukan bagi PT. Hanan Boga Rasa karena hal ini akan menjadikan *catering* yang disediakan semakin berkualitas dan PT. Hanan Boga Rasa akan terus unggul di dalam industri bisnis *catering* ini. Sehingga konsumen akan terus setia memilih PT. Hanan Boga Rasa dan menaruh loyalitasnya kepada *catering* ini. Jika PT. Hanan Boga Rasa menerapkan inovasi, masyarakat yang belum mengenal terhadap *catering* akan menyukai apabila inovasi telah diterapkan oleh PT. Hanan Boga Rasa.

1.2 Identifikasi Masalah

Maka dari itu, saya sebagai penulis ingin mengetahui strategi inovasi yang diambil oleh PT. Hanan Boga Rasa apakah sudah tepat dalam menghadapi persaingan yang bergerak di bidang jasa *catering* yang sudah memiliki inovasi untuk ditawarkan kepada masyarakat luas. Secara garis besar, rumusan masalah yang hendak diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apa inovasi bisnis yang dilakukan oleh PT. Hanan Boga Rasa dalam mempertahankan posisi bersaingnya ?
2. Bagaimana efektivitas inovasi dalam menciptakan keberhasilan bisnis jasa *catering* ?
3. Apa perubahan yang dilakukan oleh PT. Hanan Boga Rasa pada masa pandemi ?

4. Strategi apa yang dilakukan oleh PT. Hanan Boga Rasa dalam mengembangkan bisnisnya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Melihat identifikasi permasalahan diatas maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui tentang inovasi bisnis yang dilakukan oleh PT.Hanan Boga Rasa.
2. Untuk mengetahui efektivitas dari inovasi untuk mengukur keberhasilan usaha.
3. Untuk mengetahui perubahan apa yang dapat dilakukan oleh PT. Hanan Boga Rasa di masa pandemi saat ini.
4. Untuk menganalisis strategi apa yang dapat dikembangkan oleh PT. Hanan Boga Rasa.

1.4 Cakupan penelitian

Cakupan yang akan dikaji dalam penelitian ini terkait dengan inovasi yang dilakukan oleh perusahaan PT. Hanan Boga Rasa pada *catering* harian maupun *catering wedding/wedding event*, ketika adanya peningkatan pada kasus pandemi maka *catering wedding/wedding event* melakukan perubahan inovasi dan mengenai strategi inovasi dalam pengembangan bisnis yang dilakukan oleh PT. Hanan Boga Rasa. Dengan melakukan inovasi, maka perusahaan PT. Hanan Boga Rasa dapat bersaing dengan kompetitor dan juga memiliki inovasi yang ditawarkan kepada masyarakat luas. Perusahaan PT. Hanan Boga Rasa juga memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan pada bisnisnya dalam hal melakukan strategi yang dilakukan dalam mengembangkan bisnisnya.