



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

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Analisis Strategi Bersaing Smash Burger Bandung

Skripsi

Oleh

Janet Hadisurya Winata

6081801022

Bandung

2022



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

Terakreditasi Unggul

SK BAN-PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Competitive Strategy Analysis for Smash Burger Bandung

Skripsi

Oleh

Janet Hadisurya Winata

6081801022

Bandung

2022

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Janet Hadisurya Winata
Nomor Pokok : 6081801022
Judul : Analisis Strategi Bersaing Smash Burger

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 1 Juli 2022
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota

Fransiska Anita Subari, S.S.,M.M. :

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

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

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Nama : Janet Hadisurya Winata
NPM : 6081801022
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi Bersaing Smash Burger

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang dibuat adalah hasil karya ilmiah sendiri dan bukan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Karya, pendapat, atau ciptaan orang lain yang dikutip adalah dikutip dengan bertanggung jawab dan ditulis sesuai kaidah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan tanggung jawab penuh dan saya akan menerima konsekuensi sesuai aturan yang berlaku jika pernyataan ini tidak benar.

Bandung,



Janet Hadisurya Winata

ABSTRAK

Nama : Janet Hadisurya Winata
NPM : 6081801022
Judul : Analisis Strategi Bersaing Smash Burger

Kota Bandung merupakan kota yang ramai dikunjungi sebagai destinasi wisata, liburan, maupun kuliner. Kota Bandung terkenal sebagai tujuan wisata yang identik dengan kuliner. Karena banyaknya pendatang dari luar kota Bandung maupun luar negeri, semakin banyak pebisnis yang ingin memiliki usaha kuliner. Terlebih dengan adanya kebiasaan nongkrong di kalangan masyarakat dan adanya perkembangan teknologi yang semakin membantu setiap pebisnis untuk memulai usaha di bidang kuliner. Salah satu usaha yang berkiprah di bidang kuliner adalah Smash Burger. Smash Burger yang terletak di Jalan Braga menawarkan menu utama burger yang unik karena isian burger disajikan dengan *wagyu patty beef* dan *crispy chicken*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan studi dokumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi bersaing yang tepat bagi Smash Burger dan menambahkan usulan strategi alternatif. Untuk merumuskan strategi bersaing tersebut, dilakukan teknik analisis data dengan melakukan analisis internal, analisis eksternal, dan analisis internal eksternal. Analisis internal dilakukan dengan menggunakan *value chain*, analisis eksternal dilakukan dengan menggunakan PESTEL dan *Porter's Five Forces*, serta analisis internal eksternal dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bersaing yang tepat bagi Smash Burger adalah *Best Cost Provider*, dengan mempertimbangkan usulan strategi S-T (*Strength-Threat*) dan W-T (*Weakness-Threat*). Usulan strategi tersebut diperoleh dengan mempertimbangkan kondisi persaingan di Jalan Braga yang tinggi baik dari kompetitor industri sejenis maupun kompetitor lainnya. Dengan menggunakan strategi *Best Cost Provider*, Smash Burger bisa menawarkan keunggulan yang lebih baik dari produk yang disajikan maupun harga yang ditawarkan.

Kata Kunci : kuliner, strategi bersaing, best cost provider

ABSTRACT

Name : Janet Hadisurya Winata

NPM : 6081801022

Title : *Competitive Strategy Analysis for Smash Burger*

Bandung is a crowded city that is visited as a tourist destination, vacation, and culinary. Bandung is well-known as a tourist destination, especially a culinary vacation. Due to a large number of visitors which come from another city or another country, there is so many entrepreneurs who want to have a business which is related to culinary. Nongkrong, as a new lifestyle which is frequently done by the society, and with the technological development in this day, these factors are opportunities to do a culinary business. One of the businesses which take part in the culinary business is Smash Burger. Smash Burger is located in Braga Street and it offers a unique burger which is served with wagyu patty beef and crispy chicken.

This research used a descriptive qualitative analysis with data collecting methods such as interview, observation, and documentary research. The purpose of this research is to develop a proper competitive strategy for Smash Burger and to add some recommendations to be alternative strategies. To develop the proper competitive strategy, this research used an internal analysis, external analysis, and internal external analysis as a data analysis technique. The internal analysis technique was done by using the value chain analysis, the external analysis was done by using PESTEL and Porter's Five Forces analysis, and the internal external analysis was done by using the SWOT analysis.

The result of this research shows that Best Cost Provider is a proper competitive strategy for Smash Burger by considering the S-T (Strength-Threat) Strategies and W-T (Weakness-Threat) Strategies. This strategies are reasonable for the competitive situation in Braga Street by considering the rival from the same or the different culinary industry. By using the Best Cost Provider, Smash Burger can offer a better product with an affordable price for the customer.

Key Words : culinary, competitive strategy, best cost provider

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat dan kebaikanNya sehingga penulisan skripsi “Analisis Strategi Bersaing Smash Burger” dapat selesai dengan tepat waktu. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana dari Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan. Penulisan skripsi ini dapat selesai tepat waktu dengan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang besar kepada pihak yang telah mendukung dan membantu penulis yaitu :

1. Dr. Orpha Jane, S.Sos, M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah mengarahkan, memberi masukan dan saran, serta memberikan banyak perhatian terhadap penyusunan skripsi ini.
2. Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
3. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu selama masa studi.
4. Kedua orang tua dan saudara serumah yang selalu mendukung dalam doa dan motivasi serta memberikan perhatian dalam penyusunan skripsi.
5. Vania Nathania dan keluarga sebagai pemilik Smash Burger yang telah mengizinkan untuk memakai Smash Burger sebagai unit analisis dan melakukan penelitian skripsi dan bersedia menjadi narasumber untuk memperoleh data penelitian.
6. Diri sendiri yang berusaha untuk mengerjakan yang terbaik dan senantiasa melakukan revisi.

7. *Support system* yang menyemangati, menemani saat mengerjakan skripsi, dan mendukung dalam penyusunan skripsi.
8. Sahabat-sahabat yang mendukung, mendengarkan keluh kesah, serta memberi semangat agar segera menyelesaikan skripsi.
9. Saudara sepupu yang menyemangati, menemani saat mengerjakan skripsi, dan mendukung dalam penyusunan skripsi.
10. Teman-teman di luar kelas skripsi dan teman-teman sekelas skripsi yang sama-sama berjuang untuk menyelesaikan skripsi, bertukar cerita, dan informasi.
11. Pihak lainnya yang terkait dalam penyusunan skripsi.

Penulisan ini masih jauh dari sempurna namun penulis senantiasa menerima kritik dan saran dari berbagai pihak. Harapan penulis supaya skripsi ini bisa menjadi manfaat bagi penulis, pemilik usaha, dan pihak lain yang ingin membuka usaha di bidang kuliner, khususnya di Kota Bandung.

Bandung, 10 Juni 2022

Penulis



Janet Hadisurya Winata

NPM : 6081801022

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2	10
LANDASAN TEORI DAN METODOLOGI PENELITIAN	10
2.1 Strategi	10
2.1.1 Pengertian Strategi	10
2.1.2 Tingkatan Strategi	10
2.1.3 Cara Menyusun Strategi	11
2.2 Strategi Generik	12
2.2.1 Strategi Generik Klasik	12
2.2.1.1 Low-cost leadership	12
2.2.1.2 Differentiation	13
2.2.1.3 Focus	14
2.2.2 Strategi Generik Modifikasi	14
2.2.2.1 A Low-cost Provider Strategy	15
2.2.2.2 A Broad Differentiation Strategy	15
2.2.2.3 Focused Low-cost Strategy	16
2.2.2.4 Focused Differentiation Strategy	16
2.2.2.5 Best Cost Provider Strategy	17
2.3 Manajemen Strategi	17
2.3.1 Pengertian Manajemen Strategi	17

2.3.2 Tahapan Manajemen Strategi	18
2.3.3 Tujuan Manajemen Strategi	19
2.4 Lingkungan Internal.....	19
2.4.1 Value Chain	19
2.5 Lingkungan Eksternal.....	21
2.5.1 Lingkungan Eksternal Makro (PESTEL)	21
2.5.2 Lingkungan Eksternal Mikro (<i>5 Forces Analysis</i>)	23
2.6 Lingkungan Internal dan Eksternal.....	29
2.6.1 SWOT Analysis	29
2.7 Kerangka Penelitian	31
2.8 Metodologi Penelitian	31
2.8.1 Jenis Penelitian.....	31
2.8.2 Metode Penelitian.....	32
2.8.3 Teknik Pengumpulan Data	33
2.8.4 Sumber Data.....	35
2.8.4.1 Data Primer	36
2.8.4.2 Data Sekunder.....	36
2.8.5 Teknik Analisis Data.....	36
2.8.5.1 Analisis Internal	37
2.8.5.2 Analisis Eksternal	37
2.8.6 Analisis Internal Eksternal	38
2.8.7 Operasionalisasi Variabel.....	38
2.8.8 Penelitian Terdahulu	45
BAB 3	46
OBJEK PENELITIAN, HASIL PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN	46
3.1 Profil Perusahaan.....	46
3.1.1 Identitas Perusahaan	46
3.1.2 Sejarah Perusahaan.....	47
3.1.3 Aktivitas Bisnis dan Kondisi Perusahaan.....	48
3.1.4 Visi, Misi, Tujuan Perusahaan.....	51
3.1.5 Struktur Organisasi	51
3.2 Hasil penelitian.....	52
3.2.1 Strategi bersaing perusahaan selama ini	53

3.2.2 Analisis internal perusahaan.....	55
3.2.2.1 Value chain	55
3.2.3 Analisis external perusahaan	67
3.2.3.1 Porter’s Five Forces	67
3.2.3.2 PESTEL	73
3.2.4 Analisis internal dan eksternal	83
3.2.4.1 SWOT Analisis	83
3.2.4.2 Matriks SWOT	86
3.2.5 Rekomendasi Strategi	89
BAB 4	91
KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI.....	91
4.1 Kesimpulan.....	91
4.2 Rekomendasi	92
4.3 Implikasi	92
DAFTAR REFERENSI	94
LAMPIRAN.....	97
GAMBAR DAN HASIL WAWANCARA	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	31
Gambar 3.1 Logo Perusahaan	46
Gambar 3.2 Suasana indoor (atas) dan outdoor (bawah) di Smash Burger	50
Gambar 3.3 Kondisi Dapur yang Tampak dari outdoor Smash Burger	50
Gambar 3.4 Struktur Organisasi	51
Gambar 3.5 Contoh Voucher Diskon dari Smash Burger.....	59
Gambar 3.6 Suasana di Smash Burger.....	62
Gambar 3.7 Contoh Template Pencarian Tenaga Kerja	64
Gambar 3.8 Lenmarc Group	65
Gambar 3.9 Cash Desk dengan QRIS.....	66
Gambar 3.10 Salah satu burger di Smash Burger	68
Gambar 3.11 Data jumlah pengangguran di Indonesia saat pandemi (2020-2021).....	76
Gambar 3.12 Salah satu review dari aplikasi review makanan	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Tempat Makan di Jalan Braga	4
Tabel 1. 2 Perbandingan dengan Pesaing	6
Tabel 2. 1 Operasionalisasi Variabel	38
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	45

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Bandung selalu ramai dikunjungi baik hari biasa maupun hari libur. Orang-orang dari luar kota maupun luar negeri senang berkunjung ke Kota Bandung. Biasanya orang-orang datang ke Kota Bandung untuk wisata, liburan, maupun kuliner. Akibat kunjungan yang banyak tersebut, Kota Bandung menduduki peringkat kedua dalam hal kota di Indonesia yang paling sering dikunjungi wisatawan (travel.detik.com, 2021). Hal tersebut terjadi karena Kota Bandung memiliki banyak objek wisata yang menarik untuk dikunjungi, salah satunya tempat makan sebagai tujuan wisata.

Kota Bandung dikenal sebagai tujuan wisata yang identik dengan kulinernya. Beberapa tempat kuliner yang terkenal di Kota Bandung seperti Sudirman *Street*, Cibadak, Paskal *Food Market*, Jalan Braga, dan tempat tujuan kuliner lainnya. Tercatat ada sebanyak 5.000.625 jiwa yang mengunjungi Kota Bandung di tahun 2016 (Badan Pusat Statistik, 2018). Karena banyaknya wisatawan yang datang ke Kota Bandung untuk kuliner, semakin banyak pebisnis yang berminat untuk memiliki usaha kuliner. Hal ini merupakan peluang bisnis baru bagi mereka untuk menciptakan nilai yang baru dalam dunia kuliner, memberikan inovasi dalam makanan, dan menciptakan lapangan kerja untuk warga di Kota Bandung.

Keberadaan industri kuliner di Kota Bandung juga semakin terbantu dengan adanya aplikasi *review* makanan dan tempat makannya seperti Zomato, Foodierate, TripAdvisor,

Pergikuliner, Asikmakan, Wakuliner, dan MANGAN (idn.times.com, 2020). Keberadaan aplikasi tersebut bisa menjadi peluang baru bagi industri kuliner di Kota Bandung karena membuat tempat kuliner semakin mudah dicari dan bisa mempertimbangkan kredibilitas tempat makan seperti kenyamanan, rasa, dan *rating* yang diberikan oleh konsumen.

Kunjungan wisatawan ke Kota Bandung dan penggunaan teknologi yang memudahkan orang-orang untuk mencari makanan, antusiasme dalam mendirikan usaha dan membuat inovasi pada makanan sehingga industri kuliner di Kota Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Menurut data yang dipaparkan oleh Badan Pusat Statistik, sudah ada 467 rumah makan, 40 restoran, dan 25 café di Kota Bandung. Banyak sekali jenis kuliner yang diminati oleh masyarakat Kota Bandung sendiri, salah satunya Burger. Semakin banyak industri kuliner yang menawarkan Burger dengan bermacam-macam menu, rasa, dan keunikannya masing-masing. Dengan variasi menu, rasa, dan keunikan dari setiap penjual Burger di Kota Bandung, tentunya konsumen berharap ada suatu hal yang lebih menarik yang ditawarkan oleh penjual Burger. Hal-hal yang membuat Burger menjadi lebih menarik bagi konsumen adalah menyediakan menu yang variatif, rasa yang enak, harga yang terjangkau, dan memberikan tempat makan untuk bersantai dan berkumpul bersama kerabat.

Saat ini juga orang-orang senang menghabiskan waktu dengan bersantai dan berkumpul di tempat makan. Hal tersebut seperti telah menumbuhkan kebiasaan baru dalam gaya hidup orang. Maka dari itu, selain memberikan cita rasa yang enak dan nilai lebih pada makanan, pemilik bisnis dalam industri kuliner juga senantiasa berusaha untuk menciptakan tempat makan dengan desain yang menarik, kekinian, bersih, gratis Wi-Fi,

dan memberikan fasilitas penunjang untuk berkumpul. Orang-orang cenderung mencari tempat yang menarik yang menyajikan makanan yang mereka minati.

Salah satu industri kuliner yang menyediakan Burger dengan rasa enak dan juga memiliki tempat makan yang nyaman untuk makan adalah Smash Burger. Menu utama Smash Burger adalah burger dengan isian daging *wagyu patty beef* dan *crispy chicken*. Selain menyajikan burger, Smash Burger juga menyediakan menu *loaded fries*, *pasta*, *hotdogs*, dan minuman seperti teh panas, kopi, bir, *soft drinks*, dan *milkshakes* sebagai pelengkap. Smash Burger menggunakan desain interior bertema *retro industrial* dan menyediakan tempat makan di area *outdoor* dan *indoor*. Dapurnya terletak di area depan tempat makan dan diberikan kaca, jadi konsumen bisa melihat proses memasak makanannya. Smash Burger terletak di Jalan Braga dan ini merupakan peluang bagi Smash Burger karena Jalan Braga terletak di pusat Kota Bandung dan selalu ramai dikunjungi orang sehingga pasti akan ada yang singgah untuk membeli makanan.

Melihat Jalan Braga yang selalu ramai dikunjungi orang dari siang hingga malam membuat Smash Burger berpeluang untuk mendapatkan konsumen lebih banyak. Saat ini, di sepanjang Jalan Braga sudah ada 20 tempat makan, berupa warung, restoran, dan *café*. Untuk lebih jelas, akan dipaparkan di Tabel 1.1. Berbagai jenis makanan ditawarkan, seperti makanan khas Nusantara, *western food*, dan *Chinese food*.

Smash Burger baru berdiri di bulan Januari 2022 dan merupakan pendatang baru di industri kuliner, saat ini menawarkan makanan dari harga Rp 35.000,00 hingga Rp 70.000,00. Sedangkan untuk minuman dari harga Rp 8.000,00 hingga Rp 35.000,00. Dengan *range* harga ini, Smash Burger sudah percaya diri bahwa kisaran harga

tersebut memang sesuai dengan makanan yang ditawarkan dan cocok bagi konsumen yang ingin menikmati kuliner.

Tabel 1. 1 Daftar Tempat Makan di Jalan Braga

No.	Nama tempat makan	Menu yang ditawarkan	Harga
1.	Braga Permai	Makanan Indonesia, makanan Eropa, <i>pasta</i> , dan minuman biasa, minuman beralkohol (<i>wine</i>)	Rp 12.500,00 hingga Rp 675.000,00
2.	Braga Punya Cerita	Makanan Indonesia, <i>western food</i> , makanan Jepang, cemilan, minuman	Rp 6.000,00 hingga Rp 85.000,00
3.	Bandung Suki	<i>Chinese Food</i> , minuman	Rp 16.800,00 hingga Rp 140.800,00
4.	Mie Rica Kejaksanaan	Yamien, bakso, minuman	Rp 18.000,00 hingga Rp 48.000,00
5.	Braga Art Café	Makanan Indonesia, <i>western food</i> , minuman	Rp 13.000,00 hingga Rp 83.000,00
6.	The Sugarush	<i>Western food</i> , <i>Asian food</i> , makanan Indonesia, <i>pasta</i> , minuman	Rp 14.000,00 hingga Rp 55.000,00
7.	Warunk Upnormal	Indomie, makanan Indonesia, roti bakar, minuman	Rp 7.727,00 hingga Rp 36.540,00
8.	Imperial Chinese Restaurant	<i>Chinese Food</i> , <i>all you can eat</i> , minuman	Rp 7.800,00 hingga Rp 5.880.000,00 (menu khusus)

9.	Warung Rame (sedang tutup karena renovasi)	Makanan Indonesia	Di bawah Rp 50.000,00
10.	Warung C'Mar	Makanan Indonesia, mie bakso, minuman	Rp 5.000,00 hingga Rp 43.000,00
11.	RM 88	Makanan Indonesia, aneka nasi	Rp 5.000,00 hingga Rp 20.000,00
12.	Streets Restaurant Hotel Ibis Braga	Makanan Indonesia	Rp 36.000,00 hingga Rp 42.000,00
13.	Gastro Meat & Grill	<i>Western food</i> , makanan Indonesia	Rp 35.000,00 hingga Rp 180.000,00
14.	Ayam Geprek Pangeran	Ayam geprek, minuman	Rp 1.000,00 hingga Rp 36.000,00
15.	Saung Baraya Teras Braga	Makanan Sunda, minuman	Rp 6.000,00 hingga Rp 40.000,00
16.	Kita Buaya Braga	<i>Barbecue</i>	Menu paket dari Rp 50.000,00 hingga Rp 100.000,00
17.	Mie Jowo Pak Slamet Braga	Makanan khas Jawa, minuman	Tidak ada keterangan harga di menu
18.	Marty's Pizza	<i>Pizza (slice atau whole)</i> dan minuman	Rp 10.000,00 hingga Rp 300.000,00 (paket)
19.	B10 Café Braga	Makanan Indonesia, <i>western food</i> , burger, minuman	Rp 23.000,00 hingga Rp 220.000,00
20.	Angkringan Tete Bandung	Makanan Indonesia, minuman	Rp 2.000,00 hingga Rp 17.000,00

Sumber : Hasil pengolahan penulis

Smash Burger memiliki keistimewaan di setiap menu yang disajikannya. Hingga saat ini, rata-rata penjualan makanan dan minuman per bulan sekitar 916 unit. Penjualan yang banyak ini karena setiap menu diracik khusus dengan bahan makanan berkualitas *premium* mulai dari daging, roti, dan bumbu-bumbu pelengkapannya. Jika dibandingkan dengan pesaing lainnya yaitu Luber Ground, Traffic Bun, dan Wendys, pesaing tersebut memang menawarkan burger tetapi kualitasnya tidak seistimewa yang ditawarkan Smash Burger. Saat ini, orang-orang senang mencari hal baru yang unik sehingga jika kualitasnya biasa saja, mungkin orang-orang tidak akan tertarik untuk melakukan pembelian yang secara berulang.

Tabel 1. 2 Perbandingan dengan Pesaing

No.	Nama pesaing	Menu yang ditawarkan	Harga
1.	Luber Ground (Jalan Lembong, Braga)	<i>Sandwich, salad, pizza, burger, pasta, nasi goreng, chicken & fish, fries, donat, serta minuman</i>	Rp 7.000,00 hingga Rp 70.000,00
2.	Traffic Bun (Jalan Wastukencana)	Burger ayam, burger (<i>lovano</i>), <i>hotdog (lovano), side dish (enako)</i> , serta minuman	Rp 5.000,00 hingga Rp 75.000,00
3.	Wendys (Jalan Braga no. 99-101)	<i>Fried chicken, burger, kentang goreng, baked potatoes, salad, macaroni, es krim, dan minuman</i>	Rp 7.273,00 sampai hingga Rp 140.909,00 (paket makanan keluarga)

Sumber : Hasil pengolahan penulis

Situasi persaingan dalam hal harga jual, menu yang ditawarkan, nuansa tempat, keistimewaan dalam penyajian makanan, dan fasilitas tempat makan akan mempengaruhi minat konsumen untuk makan. Karena itu, Smash Burger sebagai pendatang baru di industri kuliner di Jalan Braga harus menentukan strategi bersaing yang tepat dan melakukan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternalnya. Maka dari itu, penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian lebih lanjut sehingga bisa mendapatkan strategi bersaing yang tepat bagi Smash Burger dengan judul skripsi **“Analisis Strategi Bersaing Smash Burger”**.

1.2 Rumusan Masalah

Semakin banyak industri kuliner di Jalan Braga dan sekitarnya yang menawarkan pengalaman berbeda kepada konsumen yang ingin makan. Tetapi karakteristik masing-masing tempat makan tidak selalu sesuai dengan minat konsumen. Konsumen ingin merasakan suasana baru, apalagi jika mengunjungi Jalan Braga. Saat ini, Smash Burger masuk menjadi salah satu industri kuliner baru di Jalan Braga. Smash Burger menyediakan tempat makan yang nyaman, desain yang menarik, dan cocok untuk berkumpul dengan kerabat. Selain tempatnya yang menarik, saat ini, menu utamanya yaitu *burger, pasta, hotdog, loaded fries, sides dishes, rice box*, kopi, *milkshakes*, bir, dan teh. Jika dibandingkan dengan pesaing sejenisnya seperti Luber Ground, Traffic Bun, dan Wendys, menu yang ditawarkan serupa, harga tidak berbeda jauh, tetapi kualitas makanannya berbeda. Tempat-tempat yang disediakan memang cocok dan didesain untuk berkumpul dengan kerabat. Maka dari itu, Smash Burger harus memiliki strategi bersaing supaya bisa memenangkan persaingan industri kuliner di Jalan Braga. Selain menentukan strategi juga, Smash Burger perlu mengetahui kondisi lingkungan bisnisnya.

Berikut ini adalah rumusan masalah penelitian :

1. Bagaimana analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal dari Smash Burger?
2. Strategi bersaing apa yang tepat untuk diterapkan di Smash Burger?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan yaitu :

1. Melakukan penelitian dan mengetahui lingkungan persaingan Smash Burger dari lingkungan internal dan lingkungan eksternalnya.
2. Mengetahui strategi bersaing yang tepat untuk Smash Burger

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi pemilik atau pengelola usaha :
 - Supaya bisa menentukan strategi bersaing yang cocok sehingga lebih tepat sasaran untuk menjangkau konsumen dan bisa memberikan nilai yang lebih bagi konsumen dan pemilik usaha.
 - Membantu pemilik atau pengelola usaha untuk melihat situasi persaingan di lingkungan internal maupun eksternalnya
2. Bagi penulis :
 - Melatih cara berpikir kreatif untuk menentukan strategi dan membantu pemilik atau pengelola usaha dengan hasil temuan yang diberikan.

- Terjun langsung ke industri bisnis dan melakukan analisis secara langsung terhadap industri bisnis.
3. Bagi orang-orang yang mengamati atau berminat terjun ke industri kuliner :
- Melihat kondisi lingkungan bisnis secara internal atau eksternalnya supaya bisa mempertimbangkan segala aspek saat akan mendirikan usaha