



UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

Terakreditasi Unggul

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

ANALISIS DINAMIKA PERSAINGAN
***COFFEE HOUSE* DI PURWOKERTO**

Skripsi

Oleh

Yolanda Josephine

6081801064

Pembimbing

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

Bandung

2022



UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

Terakreditasi Unggul

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

ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF COMPETITION
FOR COFFEE HOUSES IN PURWOKERTO

Skripsi

Oleh

Yolanda Josephine

6081801064

Pembimbing

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

Bandung

2022

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Yolanda Josephine
Nomor Pokok : 6081801064
Judul : Analisis Dinamika Persaingan *Coffee House* di Purwokerto

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 24 Juni 2022
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, S.T., M.AB. : 

Sekretaris

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

Anggota

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. : 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN PLAGIAT

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Yolanda Josephine

NPM : 6081801064

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Dinamika Persaingan *Coffee House* di
Purwokerto

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, 14 Juni 2022



Yolanda Josephine

ABSTRAK

Nama : Yolanda Josephine
NPM : 6081801064
Judul : Analisis Dinamika Persaingan *Coffee House* di Purwokerto

Di era globalisasi, persaingan industri semakin kompetitif sehingga membuat dunia usaha saat ini berkembang pesat, salah satunya pada industri kopi. Seiring adanya perkembangan perilaku masyarakat, saat ini sebagian orang menganggap bahwa minum kopi sudah menjadi gaya hidup dan menjadikan kopi sebagai minuman favoritnya. *Coffee house* diciptakan untuk memenuhi gaya hidup masyarakat. Dengan berbagai macam desain, konsumen dapat menikmati secangkir kopi sambil bersantai. *Coffee house* mulai menjamur di berbagai kota di Indonesia, khususnya Purwokerto yang menyebabkan tren minum kopi meningkat tajam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika persaingan pada *Coffee House* di Purwokerto serta strategi yang diimplementasikan.

Penelitian ini bersifat kualitatif didasari dengan metode studi kasus pada ketiga *coffee house*. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Sumber data yang digunakan ada dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari hasil wawancara antara peneliti dengan masing-masing pemilik *coffee house*.

Berdasarkan analisa yang dilakukan, diketahui bahwa faktor politik dan legal kurang mempengaruhi kinerja dari *coffee house*. Namun, faktor lainnya seperti ekonomi, sosial, teknologi, dan lingkungan memberikan pengaruh yang besar kepada *coffee house*. Analisa *porter five forces* menunjukkan bahwa kekuatan pemasok tidak cukup tinggi sehingga membuat *coffee house* mudah untuk berpindah pemasok.

Berdasarkan *5 generic strategies*, dapat diketahui bahwa *coffee house* menggunakan strategi yang berbeda-beda. Berdasarkan hasil analisa, *coffee house* menggunakan strategi diferensiasi dan juga *low-cost provider*. Hal ini karena produk yang ditawarkan berbeda dari kompetitornya dan harga yang ditawarkan juga lebih terjangkau dibandingkan dengan kompetitornya. Saat ini, ketiganya sedang berusaha berada di tengah pasar menggunakan strategi yang dipilih oleh masing-masing.

Kata kunci : *coffee house*, PESTEL, *five forces*, *five generic strategies*, Dinamika Persaingan

ABSTRACT

Name : Yolanda Josephine
NPM : 6081801064
Title : *Analysis of the Dynamics of Competition for Coffee Houses in Purwokerto*

In the era of globalization, industrial competition is increasingly competitive, making the business world currently growing rapidly, one of which is the coffee industry. Along with the development of people's behavior, nowadays some people think that drinking coffee has become a lifestyle and makes coffee their favorite drink. Coffee house was created to meet people's lifestyles. With a variety of designs, consumers can enjoy a cup of coffee while relaxing. Coffee houses began to mushroom in various cities in Indonesia, especially Purwokerto which caused the trend of drinking coffee to increase sharply. This study aims to analyze the dynamics of competition at the coffee house in Purwokerto and the strategies implemented.

This research is qualitative in nature based on the case study method at the three coffee houses. The research method used is observation and interviews. There are two sources of data used, namely primary data and secondary data. Primary data obtained from interviews between researchers and each owner of the coffee house.

Based on the analysis conducted, it is known that political and legal factors do not affect the performance of the coffee house. However, other factors such as economy, social, technology, and environment have a big influence on coffee house. Porter's five forces analysis shows that the power of suppliers is not high enough to make it easy for coffee house to switch suppliers.

Based on 5 generic strategies, it can be seen that coffee house uses different strategies. Based on the results of the analysis, coffee house uses a differentiation strategy as well as a low-cost provider. This is because the products offered are different from its competitors and the prices offered are also more affordable than those of its competitors. Currently, the three are trying to be in the middle of the market using the strategies chosen by each.

Keywords: coffee house, PESTEL, five forces, five generic strategies, Dynamics of Competition

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dihaturkan pada Tuhan yang Maha Esa karena berkat dan rahmatnya, skripsi berjudul “Analisis Dinamika Persaingan *Coffee House* di Purwokerto” ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir untuk memenuhi persyaratan perolehan gelar sarjana jenjang S1 Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan kali ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada sejumlah pihak yang telah membantu dan memberi dukungan yaitu:

1. Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan menuntun peneliti dalam menyusun skripsi dengan baik
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.
3. Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
4. Kedua orang tua yang turut memberikan dukungan, doa, dan bantuan selama pengerjaan skripsi peneliti.
5. Adik dari peneliti yang memberikan bantuan dan dukungan agar pengerjaan skripsi berjalan lancar.

6. Kepada individu perwakilan dari masing-masing perusahaan kopi, Mas Fajar, Mas Axel, dan Mba Sarah yang telah bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan untuk analisis skripsi.
7. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berguna saat pengajaran skripsi.
8. Kepada teman seperjuangan skripsi dan pembimbing, Jenifer Goenawan, Diva Geovany yang telah membantu dalam bertukar pikiran dan pandangan dalam penyusunan skripsi.
9. Kepada seluruh teman-teman satu pembimbing yang saling memberikan dukungan satu sama lain saat bimbingan dan pengerjaan skripsi.
10. Kepada teman seperjuangan skripsi dan satu topik, Sheren Amelia, Zaneta Ria, Sandra Kurniawan, Nicholas, Aditya Putra yang selalu meluangkan waktu untuk mengerjakan skripsi bersama dengan peneliti.
11. Kepada teman yang sudah lulus dan ikut membantu dan mendukung peneliti dalam penyelesaian skripsi, yaitu Emily Yubilina.
12. Kepada teman komunitas di luar kampus yang turut memberikan dukungan dan doa kepada peneliti selama pengerjaan skripsi, Alisia Ohara, Ronald Vanness.
13. Kepada semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung ikut terlibat dalam membantu selesainya skripsi ini.

Peneliti berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik dan semaksimal mungkin, namun tentu masih terdapat banyak kekurangan. Peneliti berharap skripsi ini dapat

memberikan manfaat kepada banyak pihak, terutama bagi pihak-pihak yang berada di industri *coffee house* di Purwokerto.

Bandung, 14 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	6
BAB 1 PERMASALAHAN	13
1.1 Latar Belakang Masalah	13
1.2 Identifikasi Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	21
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI	22
2.1 Strategi	22
2.2 Strategi Bersaing	23
2.3 Manajemen Strategi	23
2.4 The Five Generic Competitive Strategic	24
2.4.1 Overall Low-Cost Provider Strategy	24
2.4.2 A Broad Differentiation Strategy	25
2.4.3 A Focused Low-Cost Strategy	26
2.4.4 A Focused Differentiation Strategy	27
2.4.5 A Best-Cost Provider Strategy	28
2.5 Analisis Lingkungan Eksternal	28
2.5.1 PESTEL.....	31
2.5.2 Five Forces	33
2.6 Metodologi penelitian	49
2.6.1 Jenis penelitian.....	49
2.6.2 Metode Penelitian	50
2.6.3 Teknik pengumpulan data	50
2.6.4 Jenis data.....	51
2.6.5 Teknik analisis data	52
2.6.6 Operasional variabel.....	53
2.6.7 Kerangka penelitian.....	58
2.6.8 Penelitian Terdahulu	58
BAB III HASIL DAN TEMUAN	61
3.1 Industri Coffee House	61
3.1.1 Pengertian <i>Coffee House</i>	62
3.1.2 Objek Penelitian.....	62
3.1.3 Target Pasar	69

3.1.4	Data Penjualan	69
3.2	Persaingan industri berdasarkan <i>five forces</i>.....	71
3.2.1	<i>Bargaining Power of Suppliers</i>	72
3.2.2	<i>Threat of A New Entry</i>	74
3.2.3	<i>Threat of Substitution</i>	78
3.2.4	<i>Bargaining Power of Buyers</i>	80
3.2.5	<i>Rivalry among competitors</i>	80
3.3	PESTEL.....	81
3.3.1	<i>Political Factors</i>	82
3.3.2	<i>Economic Conditions</i>	83
3.3.3	<i>Sociocultural Forces</i>	84
3.3.4	<i>Technological Factors</i>	86
3.3.5	<i>Legal and Regulatory Forces</i>	87
3.3.6	<i>Environmental factors</i>	88
3.4	Strategi Bersaing Ketiga Coffee House.....	89
3.4.1	Coffee De Luna.....	89
3.4.2	Kopi Pawon Nusantara	90
3.4.3	Kedai Karmel.....	91
BAB IV	KESIMPULAN.....	93
4.1	Kesimpulan.....	93
4.1.1	<i>Five Forces</i>	93
4.1.2	PESTEL.....	93
4.1.3	Strategi yang digunakan	94
4.2	Rekomendasi.....	95
4.3	Implikasi.....	96
DAFTAR PUSTAKA		98
INTERVIEW GUIDE		100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Daftar Coffee House di Kota Purwokerto.....	16
Tabel 1. 2. Penjelasan harga menu recommended tiap Coffee House.....	19
Tabel 2. 1. Operasional Variabel.....	53
Tabel 2. 2. Penelitian terdahulu.....	58
Tabel 3. 1. Target Pasar.....	69
Tabel 3. 2. Data Penjualan Coffee De Luna 2022.....	69
Tabel 3. 3. Data Penjualan Kopi Pawon Nusantara 2022.....	70
Tabel 3. 4. Data Penjualan Kedai Karmel 2022.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>The five generic strategies</i>	24
Gambar 2. 2. <i>Rivalry Among Competing Sellers</i>	35
Gambar 2. 3. <i>Threat of New Entrants</i>	38
Gambar 2. 4. <i>Sellers of Substitute Products</i>	42
Gambar 2. 5. <i>Supplier Bargaining Power</i>	43
Gambar 2. 6. <i>Buyer Bargaining Power</i>	47
Gambar 2.7. Kerangka Penelitian.....	58
Gambar 3. 1. Menu Coffee De Luna.....	63
Gambar 3. 2. Tempat Coffee De Luna.....	64
Gambar 3. 3. Signature Coffee De Luna.....	64
Gambar 3. 4. Menu Kopi Pawon Nusantara.....	65
Gambar 3. 5. Tempat Kopi Pawon Nusantara.....	66
Gambar 3. 6. Menu Kedai Karmel.....	67
Gambar 3. 7. Tempat Kedai Karmel.....	68
Gambar 3. 8. Biji Kopi Kedai Karmel.....	68

BAB 1

PERMASALAHAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, persaingan industri semakin kompetitif sehingga membuat dunia usaha saat ini berkembang pesat. Menurut G. Kartasapoetra (1987) “Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan-bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi menjadi barang yang bernilai tinggi” (Nur, 2018). Terdapat beberapa sektor industri di Indonesia, salah satunya adalah industri kopi. Kopi merupakan komoditas perkebunan komersial Indonesia yang sebagian besar produksinya berhasil diekspor ke pasar dunia. Berdasarkan data dari *International Coffee Organization* (ICO), pada tahun 2020 Indonesia berhasil menjadi negara penghasil kopi keempat terbesar di dunia dengan produksi sebanyak 11,95 juta karung per tahun (Dihni, 2021). Seiring berjalannya waktu, produksi kopi Indonesia cenderung meningkat secara konsisten. Menurut laporan Statistik Indonesia, jumlah produksi kopi Indonesia mencapai 774,60 ribu ton pada 2021. Jumlah itu meningkat sekitar 1,62% dari tahun sebelumnya. Perkembangan kopi dalam industri semakin meningkat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat dalam mengkonsumsi kopi. Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pertanian, konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton, dan pada 2017 tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22% per

tahun. Lalu pada 2021, konsumsi kopi telah mencapai 370 ribu ton (Kementrian Pertanian, 2018).

Awalnya, kopi ditemukan di Ethiopia pada abad ke-9. Namun, para pedagang Arab gagal membudidayakan kopi dan berusaha mencari lahan perkebunan subur yang bisa ditanami komoditas kopi. Pada sekitar 1696, Belanda dengan kapal VOC (*Vereenigde Oostindische Compagnie*) bersiasat dagang di Jawa sambil membawa kopi Malabar dari India. Kopi Arabika lantas diuji coba tanam di Batavia (Jakarta) namun faktor alam membuat penanaman kopi ini gagal. Belanda lantas menanam ulang di daerah Sumatera, Bali, Timor Timur, Sulawesi dan beberapa pulau lain hingga penanaman ini sukses besar. Bahkan, pada 1700-an, VOC memonopoli perdagangan kopi di Eropa dan seluruh dunia. Muncul lahan kopi terluas di Asia Tenggara, Dataran Tinggi Gayo dengan kopi Gayo. Sedangkan, di Jawa, lebih populer dengan kopi Java. Seiring waktu, masyarakat menjadikan minum kopi sebagai budaya. Dalam artikel "*Ball Coffee Roasters (2002)*", ada tiga pergerakan dalam perkopian atau lebih dikenal sebagai *Waves Coffee*, yaitu *First Wave Coffee*, *Second Wave Coffee*, dan *Third Wave Coffee (Wrecking Trish Rothgeb, 2002)*.

Dikutip dari artikel "*Ball Coffee Roasters (2002)*" yang dibuat oleh *Wrecking Trish Rothgeb*, *First Wave Coffee*, kopi disajikan dalam kemasan praktis dan instan. Kopi yang berkualitas memiliki segi rasa dan harum yang khas. Pada *Second Wave Coffee*, citarasa kopi instan dianggap kurang nikmat maka, pada tahun 1960-an para fanatik kopi menemukan varian baru seperti *latte*, *espresso*, *mochaccino*, *cappuccino*, *frappuccino*, *Americano*, dan masih banyak lagi. Sejak

saat itu, mulai muncul berbagai *coffee shop* yang nyaman dan modern. Lalu *Third Wave Coffee* lahir pada tahun 2000-an, masyarakat menyadari adanya proses panjang sebelum menghasilkan kopi nikmat. Dari sini muncul istilah "*origin*", yaitu pemberian identitas kopi sesuai dengan lokasi tanamnya. Dipercaya bahwa perbedaan lokasi tanam membuat citarasa kopi berbeda.

Mengonsumsi kopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia, hal ini terlihat dari data pertumbuhan peminum kopi di Indonesia yang meningkat 8% lebih tinggi dari pertumbuhan kopi secara global yang hanya 6%. Salah satu kebutuhan masyarakat adalah sosialisasi diri sehingga kafe menjadi tempat pilihan yang dituju untuk memenuhi kebutuhan ini. Kata kafe (dalam arti kedai kopi) berasal dari bahasa Perancis, *Cafe*, yang artinya juga kopi. Kafe yang semula selalu di pinggir jalan dan sederhana, sekarang, masuk ke dalam gedung hotel berbintang atau mal, dengan berbagai nama. Berdasarkan data dari *Euromonitor café* di Indonesia selalu bertambah setiap tahunnya, bahkan pertumbuhannya meningkat sampai 16% setiap tahunnya (Nurdianah, 2019). Hampir semua kafe di Indonesia selalu ramai oleh konsumen usia remaja sampai dewasa. Adanya pergeseran atau perubahan fungsi dari sebuah tempat makan, seperti kafe ataupun restoran mengakibatkan adanya fenomena sosial dan budaya baru di dalam masyarakat karena perubahan perilaku dari masyarakat tersebut. Kafe di Purwokerto dikenal dengan istilah *coffee house*, yaitu tempat usaha yang menjual kopi spesial serta berbagai varian lainnya dengan berbagai macam desain baik *indoor* maupun *outdoor* sehingga pelanggan dapat minum kopi dengan santai. Adanya perubahan gaya hidup menjadikan pendorong masyarakat untuk menikmati kopi, sehingga

menjadikan tren minum kopi meningkat tajam. Maka industri kopi seringkali menjadi peluang usaha bagi para usahawan muda untuk mendapatkan keuntungan. Hal ini karena target pasarnya yang luas serta potensi bahan baku yang mudah didapat, tak heran jika industri kopi telah menjamur di berbagai kota di Indonesia termasuk di Purwokerto.

Seiring bertumbuhnya industri kopi di Purwokerto, kini semakin banyak munculnya *coffee house* yang membuat persaingan usaha semakin ketat sehingga penting bagi perusahaan untuk memiliki strategi bersaing yang efektif. Strategi bersaing merupakan suatu unit usaha dalam sebuah industri adalah menemukan posisi dalam industri tersebut di mana perusahaan dapat melindungi diri dengan sebaik-baiknya terhadap tekanan persaingan atau dapat mempengaruhi tekanan tersebut secara positif (Porter, 2007). Dengan begitu, pertumbuhan perusahaan di pasar dapat dipastikan dalam jangka panjang. Dalam hal ini, pemilik usaha dituntut berpikir cerdas untuk menyusun strategi yang berguna bagi keberlanjutan usaha mereka. Banyaknya *coffee house* yang berdiri di Purwokerto sendiri membuktikan bahwa memiliki usaha dalam bidang kopi bukanlah hal yang mudah bagi industri tersebut. Tiap *coffee house* harus bersaing menggunakan masing-masing keunggulannya untuk mendapatkan posisi dan bertahan dalam industri tersebut. Berikut daftar *coffee house* yang berada di Kota Purwokerto.

Tabel 1. 1. Daftar Coffee House di Kota Purwokerto

Nama	Alamat	IG	Range Harga
Society Coffee House	Jl. Prof. Dr. Suharso No. 9B	Societycoffeehouse	Tinggi (> Rp 25.000)

Coffee De Luna	Jl. Inpres No. 11	Coffee_deluna	Rendah (< Rp 25.000)
Kopi Pawon Nusantara	Jl. S. Parman No. 24	-	Rendah (< Rp 25.000)
Kedai Karmel	Jl. Kesatrian No. 5	kedaikarmel	Rendah (Rp 25.000)
Badrei Coffee	H722+R5F, Kalibiru	Badreicoffee	Rendah (< Rp 25.000)
Wake Cup Coffeeshop	Ground Floor Moro Mall	Wakecuppurwokerto	Tinggi (> Rp 25.000)
Kopi Susu Indonesia	Jl. Stadion Mini 1 No. 1	Kopisusuindonesia	Rendah (< Rp 25.000)
Stue Coffee	Jl. Jatiwinangun No. 26	Stuecoffee	Tinggi (> Rp 25.000)
Praketa Kopi	Jl. H.R Boenyamin No. 129	Praketa	Rendah (< Rp 25.000)
Kepengen, Purwokerto	Jl. Martadireja 1 No. 114	Kepengenpurwokerto	Rendah (< Rp 25.000)
Full Speed Ahead Coffee	Jl. Kranji No. 37	Fsa.coffee	Rendah (< Rp 25.000)
Atenshi Coffee and Roastery	Jl. Orveste Isdiman No. 26	Atenshcoffee	Tinggi (> Rp 25.000)
Kalih Coffee Tea and Spaces	Jl. Pungkuran No. 4	Kalih.coffee	Tinggi (> Rp 25.000)
Alas House	Jl. Gelora Indah 1 No. 36	Alashouse	Rendah (< Rp 25.000)
Kopi Soe	Jl. Masjid No. 18	Kopisoepurwokerto	Rendah (< Rp 25.000)

Coffee Brake	Jl. DR. Soeparno No. 772	Coffeebrake.id	Tinggi (> Rp 25.000)
Kopi Janji Jiwa	Jl. Orveste Isdiman No. 22	Kopijanjiwiwa.pwt.ovis	Rendah (< Rp 25.000)
Diruma Coffee Living	Jl. Sultan Agung No. 255	-	Rendah (< Rp 25.000)
Kopi Kebon	Jl. H.R Boenyamin No. 112	Kopi.kebon	Rendah (< Rp 25.000)
Kopi Ruang Hati	Jl. H.R Boenyamin No. 64	-	Rendah (< Rp 25.000)
Singgah Coffee & Book	Jl. Riyanto No. 29	Singgahcoffeebookpwt	Tinggi (> Rp 25.000)
Taman Coffee	Jl. Gn. Muria No. 985	Taman.coffee	Rendah (< Rp 25.000)
Kopi Kenangan	Windusara, Karangklesem	-	Tinggi (> Rp 25.000)
BRU	Jl. Ringin Tirto No. 68	-	Rendah (< Rp 25.000)
Nostimo Coffee	Jl. Merdeka No. 30A	-	Rendah (< Rp 25.000)
The Soeds Coffee Eats & Spaces	Jl. Jatiwinangun No. 25	Thesoeds.coffee	Tinggi (> Rp 25.000)
Kopi Clebek	Jl. Riyanto No. 31	Kopiclebek	Rendah (< Rp 25.000)

Keterangan :

*Harga tinggi (> Rp 25.000)

*Harga rendah (< Rp 25.000)

Sumber : Data Olahan Penulis

Dari sekian banyaknya *coffee house* yang telah diuraikan diatas, peneliti sebagai Mahasiswa Administrasi Bisnis mengambil tiga pemain besar untuk menganalisis dinamika persaingan *coffee house* di Purwokerto dengan tujuan mengetahui secara spesifik tingkat persaingan di Purwokerto. Bagaimana upaya mereka untuk mencari posisi dan bertahan di industri. Berikut merupakan nama-nama *coffee house* yang penulis teliti di Purwokerto, yaitu Coffee De Luna, Kopi Pawon Nusantara, dan Kedai Karmel.

Tabel 1. 2. Penjelasan harga menu recommended tiap Coffee House

No	Nama Coffee House	Harga Menu (Best Seller)
1	Coffee De Luna	Daycream Rp18.000
2	Kopi Pawon Nusantara	Kopi Susu Rp10.000
3	Kedai Karmel	Es Kopsu “Pasti Suka” Rp17.000

Berdasarkan tabel diatas, harga yang ditawarkan oleh ketiga pemain besar *coffee house* di Purwokerto kurang lebih sama yaitu berkisar antara Rp10.000-Rp20.000. Hal ini membuat persaingan mereka semakin ketat, selain menu dan harga, suasana tempat juga dapat menjadi keunggulan dari masing-masing *coffee house* tersebut. Coffee De Luna memiliki *signature menu*-nya sendiri yang menjadikan *coffee house* ini berbeda dari kedua kompetitornya. Desain tempat dari *coffee house* ini adalah *vintage rustic* dengan sentuhan garden. Kopi Pawon Nusantara memiliki harga terendah jika dibandingkan oleh kedua kompetitor diatas, namun menu yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan *coffee house* kebanyakan. Desain tempat dari Kopi Pawon termasuk sederhana seperti layaknya rumah. Kedai

Karmel merupakan *coffee house* yang menyediakan menu minuman herbal berupa jamu yang tidak dimiliki oleh kedua kompetitornya di atas. Hal ini yang menjadi keunikan bagi Kedai Karmel. Desain tempat dari Kedai Karmel adalah minimalis.

Ketiga *coffee house* di atas selalu berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik hingga membuat persaingan menjadi sangat ketat. Untuk bertahan, ketiga *coffee house* tersebut harus mengetahui strategi yang efisien bagi perusahaannya dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal perusahaan. Jika strategi yang digunakan belum sesuai, pemilik usaha harus segera melakukan evaluasi strategi agar perusahaan bertahan dalam jangka panjang.

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis uraikan di atas dan didasari oleh keingintahuan penulis dalam memahami analisis strategi, pada pembahasan kali ini, penulis akan meneliti bagaimana kondisi persaingan antar tiga *coffee house* di Purwokerto. Dengan adanya persaingan industri kopi yang semakin ketat, bagaimana ketiga *Coffee House* Purwokerto dapat mengatasinya. Dengan demikian, maka skripsi ini penulis beri judul “**Analisis Dinamika Persaingan Coffee House di Purwokerto**”.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana situasi persaingan industri berdasarkan 5 kekuatan terhadap *coffee house* di Purwokerto?
2. Bagaimana kondisi PESTEL terhadap *coffee house* di Purwokerto?

3. Bagaimana aplikasi strategi bersaing yang digunakan oleh Coffee De Luna, Kopi Pawon Nusantara, dan Kedai Karmel di Purwokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui kondisi industri persaingan *coffee house* di Purwokerto.
2. Mengetahui pengaruh situasi PESTEL terhadap *coffee house* di Purwokerto.
3. Mengetahui strategi bersaing yang digunakan oleh Coffee De Luna, Kopi Pawon Nusantara, dan Kedai Karmel di Purwokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Perusahaan dapat memantau lingkungan mereka beroperasi ketika akan memunculkan produk dan layanan baru atau untuk mengantisipasi situasi makro yang mempengaruhi jalannya perusahaan sehingga dapat mengambil keputusan yang strategis.
2. Perusahaan dapat menganalisa lingkungan eksternal perusahaan berdasarkan persaingan antar perusahaan sehingga dapat membantu perusahaan untuk mengetahui peluang yang dimiliki dan dimaksimalkan oleh perusahaan serta hambatan yang dapat menjadi ancaman yang nantinya dapat diminimalkan.
3. Penulis dapat memperluas pengetahuan mengenai strategi bersaing yang digunakan oleh perusahaan.