



**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 Rancangan Strategi Bersaing Kopi Takua**

Skripsi

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Dede Felix Kandunmas

6081801180

Bandung

2022



**Parahyangan Catholic University**  
**Faculty of Social and Political**  
**Science Business Administration Study Program**

*Accreditation UNGGUL*  
*SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022*

**Analysis of Kopi Takua Competitive Strategy Design**

Thesis

Science Business Administration Study Program

By

Dede Felix Kandunmas

6081801180

Bandung

2022

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



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Dede Felix Kandunmas  
Nomor Pokok : 6081801180  
Judul : Analisis Rancangan Strategi Bersaing Kopi Takua  
Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Kamis, 23 Juni 2022  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Dr. Rulyusa Pratiko, M.SE.

**Sekretaris**

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

**Anggota**

Dian Sadeli, S.E., MAk.

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dede Felix Kandunmas  
NPM : 6081801180  
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Analisis Rancangan Strategi Bersaing Kopi Takua

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, 13 Juni 2022



Dede Felix Kandunmas

## ABSTRAK

Nama : Dede Felix Kandunmas

NPM : 6081801180

Judul : Analisis Rancangan Strategi Bersaing Kopi Takua

Dewasa ini perkembangan berbagai sektor industri terus mengalami kemajuan yang sangat pesat, salah satu industri yang mengalami perkembangan ini adalah industri *coffee shop*, hal ini bisa dilihat dari perkembangan industri *coffee shop* di daerah Jakarta sendiri sampai pada tahun 2018 telah diperkirakan jumlahnya mencapai 1.500 kedai dengan laju pertumbuhan 10% setiap tahunnya (Wartakotalive, 2018). Hal ini tentunya menunjukkan adanya tingkat persaingan yang semakin tinggi, sehingga perlu bagi sebuah perusahaan untuk merancang strategi dalam jangka panjang agar bisa tetap bertahan dan lebih maju dalam daya saing.

Tujuan yang mendasari dibuatnya penelitian ini adalah untuk menyusun strategi bersaing yang tepat bagi Kopi Takua, berdasarkan analisis lingkungan eksternal dan internal dari perusahaan. Agar kedepannya perusahaan ini dapat meminimalisir kelemahan yang ada, dan memaksimalkan kekuatan serta membangun berbagai inovasi baru yang dapat memajukan perusahaan, sehingga mereka dapat terus unggul dalam persaingan usaha yang semakin ketat khususnya di daerah Jakarta.

Dalam proses analisisnya, penelitian ini menggunakan jenis deskriptif analisis dengan pendekatan metode studi kasus. Untuk teknik yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data adalah wawancara dan studi dokumen. Kemudian agar dapat menghasilkan strategi yang bisa digunakan oleh perusahaan, peneliti dalam hal ini melakukan pengolahan data berdasarkan analisis *PESTEL*, *Porter Five Forces*, dan Rantai Nilai (*Value Chain*) yang kemudian disimpulkan melalui analisis SWOT.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat untuk diterapkan bagi Kopi Takua adalah strategi yang mengarah pada “*Best Cost Provider*”. Hal ini dikarenakan strategi yang ditawarkan membuat perusahaan bisa lebih baik lagi dalam menyampaikan nilainya kepada pelanggan dengan skala yang lebih luas, dengan memenuhi harapan pelanggan dengan berdasarkan pada beberapa poin penting seperti peningkatan kualitas, jasa, karakteristik, dan penampilan dengan memperhatikan harga jual yang ekonomis.

Implikasi dari diterapkannya strategi ini adalah perusahaan akan lebih mampu dalam meningkatkan kualitas dan memberikan produk dan jasa terbaik kepada pelanggan kedepannya. Meningkatnya kualitas ini pun akan beriringan dengan semakin pahamnya perusahaan dalam mempertahankan daya saing sehingga mereka dapat terus unggul dalam persaingan usaha yang begitu ketat. Selain itu perusahaan juga akan mampu meningkatkan *brand awareness* karena dapat memanfaatkan pangsa pasar yang lebih luas, dan memahami secara mendalam mengenai kebiasaan dari para pelanggan, serta perusahaan pun pada akhirnya akan terlihat lebih istimewa dan menarik di mata pelanggan. Pada intinya strategi ini akan berdampak pada konsistensi perusahaan untuk bisa selalu unggul dalam ketatnya persaingan usaha.

**Kata Kunci:** Strategi Bersaing, Analisis *PESTEL*, *Porter 5 Forces*, *Value Chain*

## **ABSTRACT**

Name : Dede Felix Kandunmas

NPM : 6081801180

Title : *Analysis of Kopi Takua Competitive Strategy Design*

Today the development of various industrial sectors continues to progress very rapidly, one of the industries experiencing this development is the coffee shop, this can be seen from the development coffeeShops in the Jakarta area alone until 2018 have been estimated at 1,500 shops with a growth rate of 10% annually (Wartakotalive, 2018). This certainly shows that the level of competition is increasing, so it is necessary for a company to design a strategy in the long term in order to survive and be more advanced in competitiveness.

The underlying purpose of this research is to develop an appropriate competitive strategy for Kopi Takua, based on an analysis of the company's external and internal environment. So that in the future this company can minimize existing weaknesses, maximize strengths and build various new innovations that can advance the company, so that they can continue to excel in increasingly fierce business competition, especially in the Jakarta area.

In the process of analysis, this research uses a descriptive type of analysis with a case study method approach. The techniques used by researchers in data collection are interviews and document studies. Then in order to produce strategies that can be used by companies, researchers in this case perform data processing based on PESTEL analysis, Porter's Five Forces, and Value Chain which are then concluded through SWOT analysis.

The results of this study indicate that the right strategy to be applied to Kopi Takua is a strategy that leads to the "Best Cost Provider". This is because the strategy offered makes the company better at conveying its value to customers on a wider scale, by meeting customer expectations based on several important points such as improving quality, service, characteristics, and appearance by paying attention to economical selling prices.

The implication of implementing this strategy is that the company will be better able to improve quality and provide the best products and services to customers in the future. This increase in quality will also go hand in hand with the company's understanding in maintaining competitiveness so that they can continue to excel in the fierce business competition. In addition, the company will also be able to increase brand awareness because it can take advantage of a wider market share, and understand deeply about the habits of customers, and the company will eventually look more special and attractive in the eyes of customers. In essence, this strategy will have an impact on the company's consistency to be able to always excel in the intense business competition.

**Keywords:** *Competitive Strategy, PESTEL Analysis, Porter's 5 Forces, Value Chain*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat kasih dan karunianya lah penulis bisa menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “Analisis Rancangan Strategi Bersaing”. Penulisan skripsi ini diciptakan dengan maksud memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatannya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dikarenakan adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu penulis tetap membutuhkan saran, bimbingan, dan arahan agar dapat lebih menyempurnakan lagi skripsi ini dan diharapkan hasilnya dapat berguna bagi penulis maupun pembaca.

Selama proses pengerjaanya, penulis mendapat bantuan yang datang dari berbagai pihak dalam bentuk bimbingan, semangat, dan doa. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga tersayang yang telah mendukung penulis dalam segala aspek selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
2. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dalam membimbing penulisan skripsi ini dari awal hingga selesai. Penulis memberikan penghargaan yang sebesar-besarnya atas segala waktu, tenaga, dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi berlangsung.
3. Bapak Mangadar Situmorang, Ph.D., selaku Rektor Universitas Katolik Parahyangan.
4. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, selaku Dekan FISIP Universitas Katolik Parahyangan.
5. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

6. Seluruh dosen beserta staf Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
7. Salah satu pendiri yang sekaligus juga merupakan *Chief Executive Officer (CEO)* dan *Chief Financial Officer (CFO)* dari Kopi Takua yakni Bernadine Trisha Leoni yang telah membantu penulis dalam memperoleh data pendukung sebagai pelengkap hasil analisis.
8. Seluruh jajaran staf Biro Kemahasiswaan dan Alumni yang selama ini telah membantu penulis sehingga bisa selalu lancar dalam proses perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan.
9. Para mentor yakni Kak Ayu Pritandya, Kak Brando, Kak Tina, Kak Nita, Mas Agung, Kak Triana, dan Kak Geby yang selalu membantu penulis selama proses perkuliahan berlangsung.
10. Seluruh anggota beasiswa SPN, APM, dan BDT angkatan 2018 dan 2019.
11. Sahabat penulis Kak Angelis Warbal, Vitalita Deisopia Faubun Warbal, Gabriela Sabathini Wabia, Nur Salfianty, Fahdant dan Boy Sejahtera Waruwu yang selalu ada untuk menolong dan mendukung penulis selama proses kuliah dan pengerjaan skripsi.
12. Taffarel Giovani Montero dan Aliandra Zamira yang selama ini sudah selalu baik hati untuk mendukung serta membantu penulis dalam menjalani proses perkuliahan.
13. Tessalonika Sijabat yang selama ini telah menemani dan mendukung penulis selama berkuliah.
14. Herdijan Giovandi yang sudah selalu mau untuk diajak berdiskusi, berkeluh kesah, membantu, mendukung dan memotivasi penulis selama proses pengerjaan skripsi berlangsung.
15. Anastasia Kade Daga yang sudah membantu mempermudah penulis selama proses pengerjaan skripsi.
16. Anggota *Social Media Consultant* yakni Kak Vani, Diva, dan Jennifer yang selama ini ikut dalam mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
17. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ikut terlibat dalam membantu menyelesaikan skripsi ini.



Bandung, 13 Juni 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b><i>i</i></b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b><i>ii</i></b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b><i>iii</i></b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b><i>vi</i></b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b><i>viii</i></b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b><i>ix</i></b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b><i>1</i></b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b><i>1</i></b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah .....</b>	<b><i>5</i></b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b><i>6</i></b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b><i>6</i></b>
<b>1.5 Sistematika Penulisan.....</b>	<b><i>7</i></b>
<b>1.6 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b><i>8</i></b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b><i>9</i></b>
<b>2.1 Strategi.....</b>	<b><i>9</i></b>
2.1.1 Pengertian Strategi .....	<i>9</i>
2.1.2 Komponen Strategi .....	<i>10</i>
2.1.3 Tingkatan Strategi .....	<i>11</i>
<b>2.2 Strategi bersaing.....</b>	<b><i>12</i></b>
2.2.1 Strategi Generik .....	<i>14</i>
2.2.2 Strategi Generik Modifikasi.....	<i>17</i>
<b>2.3 Manajemen Strategi.....</b>	<b><i>20</i></b>
2.3.1 Pengertian Manajemen Strategi.....	<i>20</i>
2.3.2 Tahapan Manajemen Strategi.....	<i>21</i>
<b>2.4 Lingkungan Eksternal.....</b>	<b><i>22</i></b>
2.4.1 PESTLE.....	<i>22</i>
2.4.2 <i>Five Forces</i> .....	<i>25</i>
<b>2.5 Lingkungan Internal.....</b>	<b><i>29</i></b>
2.5.1 Rantai Nilai ( <i>Value Chain</i> ).....	<i>29</i>
<b>2.6 Analisis SWOT.....</b>	<b><i>33</i></b>

<b>2.7 Penelitian terdahulu.....</b>	<b>34</b>
<b>2.8 Metodologi Penelitian.....</b>	<b>36</b>
2.8.1 Jenis Penelitian.....	36
2.8.2 Metode Penelitian.....	37
2.8.3 Protokol Studi.....	38
2.8.4 Teknik Pengumpulan Data.....	49
2.8.5 Jenis Data.....	51
2.8.6 Teknik Analisis Data.....	51
<b><i>BAB III HASIL DAN TEMUAN .....</i></b>	<b><i>54</i></b>
<b>3.1 Objek Penelitian .....</b>	<b>54</b>
3.1.1 Profil Perusahaan.....	54
3.1.2 Sejarah Perusahaan .....	55
3.1.3 Kondisi Tempat Perusahaan .....	56
3.1.4 Visi dan Misi Perusahaan .....	57
3.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	58
3.1.6 Aktivitas Bisnis Perusahaan.....	58
<b>3.2 Pembahasan Hasil .....</b>	<b>60</b>
3.2.1 Analisis Lingkungan Eksternal.....	61
3.2.2 Analisis Lingkungan Internal .....	90
3.2.3 Analisis Internal dan Eksternal .....	106
3.2.4 Rancangan Strategi .....	113
<b><i>BAB IV PENUTUP.....</i></b>	<b><i>115</i></b>
<b>4.1 Kesimpulan .....</b>	<b>115</b>
<b>4.2 Saran .....</b>	<b>117</b>
<b>4.3 Implikasi.....</b>	<b>119</b>
<b><i>DAFTAR PUSTAKA .....</i></b>	<b><i>121</i></b>
<b><i>LAMPIRAN.....</i></b>	<b><i>123</i></b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 2.2 Protokol Studi	38
Tabel 3.1 Harga Produk	96
Tabel 3.2 Analisis SWOT	107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Konsumsi Kopi di Indonesia	2
Gambar 1.2	Kerangka Pemikiran	8
Gambar 3.1	Logo Perusahaan	54
Gambar 3.2	Lokasi Perusahaan	57
Gambar 3.3	Struktur Organisasi Kopi Takua	58
Gambar 3.4	Diagram Batang Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan di Jakarta Timur	70
Gambar 3.5	Grafik Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Kecamatan di Jakarta Timur per Tahun (%), 2010- 2021	70
Gambar 3.6	Jumlah Pengguna Internet di Dunia Tahun 2022	73
Gambar 3.7	Diagram Batang Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2012-2022	73
Gambar 3.8	Jumlah Hujan Harian, 2021	84
Gambar 3.9	Jumlah Timbulan Sampah Tahunan Indonesia (2019-2021)	85
Gambar 3.10	Gambar Produk	95
Gambar 3.11	Gambar Gedung	106

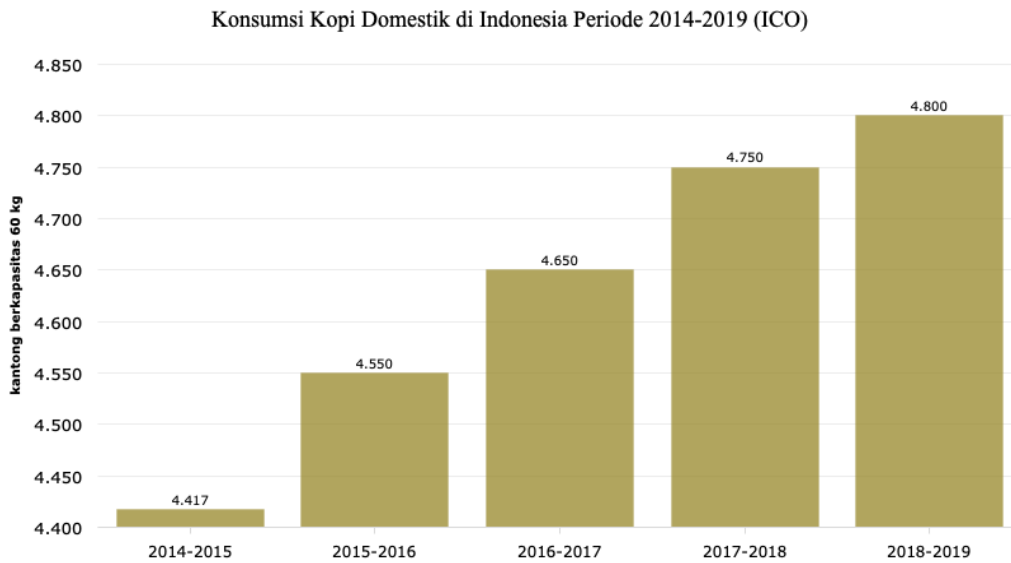
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini perkembangan berbagai sektor industri terus mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini tentunya berimbas pada persaingan antar bisnis yang semakin ketat dari hari ke hari, sehingga menuntut para pelaku usaha untuk sebisa mungkin merumuskan dan menetapkan strategi bisnis yang tepat, agar dapat tetap bertahan dan bersaing dalam merebut serta mendominasi pangsa pasar yang ada. Dalam hal ini salah satu industri yang mengalami perkembangan di Indonesia adalah industri kedai kopi atau sering disebut dengan *coffee Shop* atau *café* yang kerap dianggap sebagai tempat untuk berkumpul dengan teman, keluarga, atau rekan kerja sembari melakukan aktivitas formal seperti rapat atau non formal seperti bersantai untuk sekedar melepas lelah dan penat.

Dari hasil riset yang dilakukan oleh *TOFFIN* bersama Majalah *Mix*, jumlah kedai kopi di Indonesia hingga Agustus 2019 telah mencapai angka lebih dari 2950 gerai, ini meningkat sebanyak 3 kali lipat dibanding tahun 2016 dengan jumlah yang hanya dapat menyentuh angka sekitar 1000 gerai. Angka pasti dari jumlah kedai di Indonesia ini pun bisa saja melebihi dari yang telah didata, karena sensus yang dilakukan hanya sebatas di kota-kota besar belum termasuk banyaknya kedai kopi mandiri baik yang modern maupun tradisional di berbagai daerah (Toffin Indonesia, 2020). Hal yang membuat adanya perkembangan pesat pada industri kedai kopi adalah dari meningkatnya pertumbuhan konsumsi kopi di Indonesia yang bisa dilihat dari data berikut ini.



*Gambar 1.1 Pertumbuhan Konsumsi Kopi di Indonesia*  
 Sumber: *International Coffee Organization, ICO 2020*

tingkat konsumsi dari kopi domestik terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, bisa dilihat bahwa pada periode tahun 2018-2019 jumlah konsumsinya sendiri telah mencapai 4.800 kantong berkapasitas 60 kilogram (KG), sedangkan di periode sebelumnya yakni 2014-2015 jumlah konsumsi yang terjadi hanya mencapai sekitar 4.417 kantong. Peningkatan yang telah terjadi ini, bisa disebabkan oleh beberapa faktor salah satu diantaranya adalah semakin dominannya populasi pemuda yang menciptakan gaya hidup baru dalam menikmati kopi seperti sambil berkumpul dalam satu tempat yang sering disebut dengan istilah *nongkrong* (Annur, 2020).

Kemudian daripada itu saat memasuki masa pandemi *COVID-19* pada awal tahun 2020, perkembangan dari industri kedai kopi ini pun harus mengalami penyesuaian, karena adanya perubahan pola perilaku konsumen yang terdampak dari kebijakan *social distancing* yang dibuat oleh pemerintah demi menghambat laju pertumbuhan virus, kebijakan ini secara langsung membuat kegiatan konsumen

yang hendak berkumpul dan pergi keluar rumah menjadi terbatas. Sehingga seiring berjalannya waktu, membuat industri ini pun mulai menghadirkan kopi literan (kopi dalam jumlah satu liter atau lebih) yang dapat dipesan secara *online* oleh konsumen melalui beberapa platform seperti *Gojek*, *Grab*, *Shopee Food*, dan lain sebagainya. Ditambah dengan adanya era *new normal* yang membuat adanya perubahan perilaku masyarakat untuk dapat melakukan kegiatan sehari-hari secara normal, namun dengan tetap melaksanakan protokol kesehatan demi mencegah terjadinya penularan *COVID-19*, membuat *café* atau kedai kopi kembali secara perlahan bisa beroperasi seperti semula dengan melakukan berbagai adaptasi.

Terkhusus di daerah Jakarta sendiri sampai tahun 2018 telah diperkirakan bahwa jumlah kedai kopi mencapai 1.500 kedai dengan laju pertumbuhan 10% setiap tahunnya (Wartakotalive, 2018), hal ini tentunya menunjukkan adanya tingkat persaingan yang semakin tinggi, ditambah dengan hadirnya beberapa kedai kopi populer seperti Janji Jiwa, Starbuck, Kopi Kulo, dan Kopi kenangan (Aditiya, 2021) membuat perusahaan baik yang baru mendirikan maupun telah lama menjalankan usahanya di daerah tersebut, perlu lebih ekstra lagi dalam menetapkan strategi bersaing, agar dapat tetap beradaptasi dengan lingkungan yang semakin dinamis dan tidak menentu serta bertahan dalam waktu yang lama.

Kopi Takua yang berada di Cibubur Indah II Blok M 8, RT.8/RT.9 Kelapa Dua Wetan, Ciracas, Jakarta Timur merupakan salah satu *coffee shop* yang justru bisa dikatakan berani karena mampu mendirikan usahanya dikala pandemi masih melanda, dimana mereka mulai membuka gerainya pada bulan Agustus 2021. Dari segi bangunannya *Coffee shop* ini memiliki konsep minimalis dan industrial, terdiri



atas tiga bagian yakni *green house*, *front yard*, dan *rooftop* yang didominasi oleh pohon besar dan terletak di wilayah perumahan, Kopi Takua bisa dikatakan memiliki suasana yang asri dan tenteram. Mereka menghadirkan beragam menu dengan *signature* menunya yakni Es Kopi Takua untuk mencapai kepuasan customer, baik penggila kopi maupun penyuka kopi kekinian.

Selama beroperasi kedai kopi ini pun, telah mengeluarkan beberapa menu baru seperti Nasi Ayam Cabe Garam, Nasi Ayam Katsu Teriyaki, *Caramel Macchiato*, *Blue Lagoon*, dan *Brownies O'Clock* dengan salah satu menu yang paling banyak digemari yakni Tahu Spesial Takua. Terkait dengan menu dalam proses transaksi, konsumen dapat melakukannya baik secara langsung ataupun *online* lewat *platform* berupa *Gojek* dan *Grab*, selain itu selama menjalankan usahanya, kedai kopi ini selalu berusaha membangun persepsi yang baik bagi konsumennya, dengan memberikan kenyamanan sebaik mungkin kepada pelanggan, menghadirkan tempat dengan lokasi dan gedung yang strategis untuk bersantai, dan melakukan pengembangan menu.

Hal yang telah dilakukan tersebut tentunya memberikan dampak yang baik bagi Kopi Takua, karena bisa dilihat meskipun didirikan pada masa pandemi, mereka masih bisa tetap eksis sampai sekarang, namun sebenarnya ketika ditelaah lebih dalam mengenai persaingan yang semakin ketat bersamaan dengan perlu adanya penyesuaian terhadap pandemi yang sedang terjadi, setidaknya kedai kopi ini harus bisa menerapkan strategi yang lebih baik lagi agar tidak kalah dalam daya saing.

Maka dari itu berdasarkan yang telah dipaparkan, penulis menjadi tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kedai kopi ini dalam hal perancangan strategi yang dapat diterapkan ke depannya, dimana nantinya strategi ini bisa dikembangkan oleh Kopi Takua untuk menghadapi persaingan yang ada, Sehingga judul atau topik yang diambil dalam penyusunan skripsi ini yaitu “Analisis Rancangan Strategi Bersaing Kopi Takua”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

*Coffee shop* yang semakin banyak menjamur membuat persaingan pun semakin ketat dalam industri sejenis, hal ini tentunya diakibatkan oleh adanya peningkatan jumlah konsumsi kopi dari masa ke masa dan perubahan trend atau gaya hidup yang baru, Kopi Takua dalam hal ini adalah salah satu *coffee shop* di Jakarta Timur yang berhasil mendirikan dan bertahan dalam menjalankan usahanya meskipun harus menghadapi persaingan yang ketat dikala pandemi *COVID-19*. Didukung dengan kualitas yang baik mulai dari menariknya konsep tempat dan berbagai varian menu yang ditawarkan, serta pengembangan terhadap menu dan berbagai aspek pun tetap dilakukan sebagai salah satu bentuk strategi yang membuat tempat ini menjadi salah satu *Coffee Shop* yang dianggap sebagai *hidden gem* menarik yang patut untuk diperhitungkan di wilayah Cibubur. Namun tentunya di luar dari hal yang telah dimiliki dan dilakukan, tetap masih diperlukan strategi jangka panjang yang lebih baik lagi, agar Kopi Takua mampu bersaing menghadapi lingkungan bisnis yang dari hari ke hari semakin dinamis terutama di industri kedai kopi.

Berdasarkan kajian yang telah dipaparkan terdapat rumusan masalah yakni “Bagaimana rancangan strategi usaha yang tepat untuk diterapkan oleh Kopi Takua di masa mendatang yang dianalisis berdasarkan lingkungan internal dan eksternal perusahaan?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan penulisan ini adalah untuk menyusun rancangan strategi usaha yang tepat bagi Kopi Takua berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penulis dalam hal ini berharap agar dengan ditulisnya penelitian ini nantinya dapat berguna bagi perusahaan yang dijadikan sebagai objek penelitian, pihak yang membutuhkan, maupun penulis sendiri.

Adapun harapan penulis adalah sebagai berikut:

- **Bagi Perusahaan**

Membantu para pelaku bisnis terutama yang bergerak dalam industri kopi dalam menyusun strategi jangka panjang, sehingga dapat meminimalisir kelemahan yang ada, dan memaksimalkan kekuatan serta membangun berbagai inovasi baru yang dapat memajukan perusahaan kedepannya.

- Bagi Pihak yang Memerlukan

Hasil penelitian yang dilakukan sekiranya dapat berguna sebagai tambahan ilmu dan informasi yang bermanfaat untuk pihak-pihak yang memerlukan khususnya dalam usaha yang sejenis.

- Bagi Penulis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengalaman yang bernilai dalam upaya menambah kemampuan penulis untuk mengembangkan ilmu dan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana penyusunan strategi bersaing yang tepat bagi sebuah perusahaan.

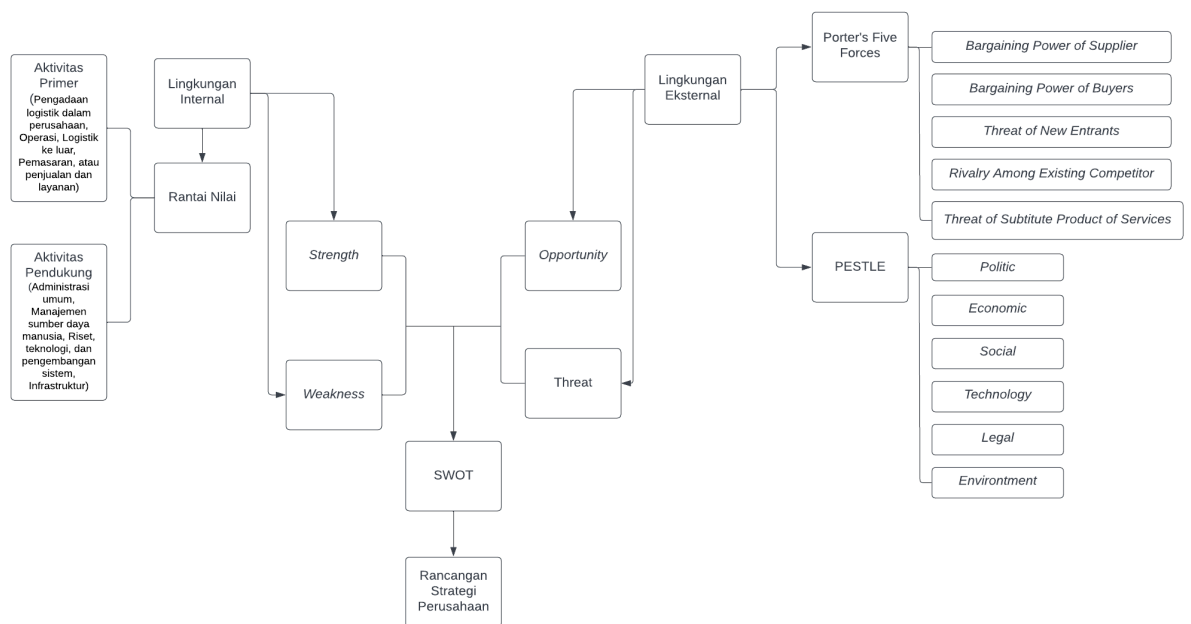
### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami penelitian ini secara keseluruhan, maka skripsi ini dibuat dalam empat bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bab I: Pendahuluan. Bagian ini membahas tentang latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan dan kerangka pemikiran.
2. Bab II: Kajian Pustaka dan Metodologi Penelitian. Bagian ini membahas tentang teori atau konseptual yang berhubungan dengan fokus penelitian dan sekaligus memuat penjelasan mengenai metode penelitian yang diterapkan oleh peneliti.

3. Bab III: Hasil dan Temuan. Bagian ini memuat tentang penjelasan lengkap mengenai objek yang diteliti serta pembahasan dari hasil analisis rancangan strategi yang telah dilakukan oleh peneliti.
4. Bab IV: Penutup. Bagian ini memuat kesimpulan, rekomendasi, dan implikasi yang dapat dipahami dan diterapkan sesuai dengan hasil penelitian di lapangan.

## 1.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran  
Gambar Hasil Olahan Penulis