



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

Terakreditasi UNGGUL

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

Rancangan Strategi Bersaing Brassel *Coffee*

Skripsi

Oleh

Otorinus Oddoi

6081901169

Bandung

2023



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

Terakreditasi UNGGUL

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

Rancangan Strategi Bersaing Brassel *Coffee*

Skripsi

Oleh

Otorinus Oddoi

6081901169

Pembimbing

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

Bandung

2023

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Otorinus Oddoi
Nomor Pokok : 6081901169
Judul : Rancangan Strategi Bersaing Brassel *Coffee*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 18 Januari 2023
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

Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Otorinus Oddoi
NPM : 6081901169
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Rancangan Strategi Bersaing *Brassel Coffee*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain 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 di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 6 Januari 2023



Otorinus Oddoi

ABSTRAK

Nama : Otorinus Oddoi
NPM : 6081901169
Judul : Rancangan Strategi Bersaing Brassel *Coffee*

Indonesia secara luas dikenal sebagai negara dengan sumber daya alam yang melimpah, salah satunya adalah kopi. Pada tahun 2020 Indonesia menempati posisi keempat penghasil kopi di dunia dengan menghasilkan kopi sebanyak 11,95 juta karung. Sumber daya alam yang memadai tersebut diiringi dengan perubahan gaya hidup masyarakat menikmati kopi di *coffee shop*. Melihat peluang tersebut banyak pelaku usaha mulai menggeluti *coffee shop*. Dari penelitian Toffin bersama dengan Majalah MIX MarComm SWA Media Group pada tahun 2019 jumlah *coffee shop* di Indonesia hingga Agustus 2019 berjumlah 2.950 gerai, bertambah tiga kali lipat pada tahun 2016, dimana hanya 1000 gerai *coffee shop*. Hal tersebut menyebabkan adanya persaingan yang semakin tinggi, sehingga perlu bagi sebuah perusahaan untuk merancang strategi optimal agar bisa tetap bertahan dan lebih maju persaingan yang ada. Salah satu yang mencoba peruntungan dari persaingan tersebut adalah Brassel *Coffee*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyusun strategi bersaing yang tepat bagi Brassel *Coffee* berdasarkan analisis lingkungan eksternal dan internalnya. Diharapkan perusahaan dapat mengurangi kelemahan yang ada, dan memaksimalkan kekuatan serta membangun berbagai inovasi baru, sehingga mereka dapat terus eksis dalam persaingan usaha yang semakin ketat. Dalam proses analisisnya, penelitian ini menggunakan jenis Deskriptif analisis dengan pendekatan metode studi kasus. Pengumpulan data melalui wawancara dan studi dokumen. Kemudian dilakukan analisis PESTEL, Porter Five Forces, dan Rantai Nilai (Value Chain) untuk merumuskan SWOT.

Strategi yang disarankan dalam penelitian ini yaitu strategi “*Best Cost Provider*”. Hal ini dikarenakan strategi yang ditawarkan membuat perusahaan memberikan nilai lebih kepada pelanggan dengan harga terjangkau.

Kata Kunci : *Coffee shop*, Analisis PESTEL, *Porter five Forces*, *Value chain*.

ABSTRACT

Name : Otorinus Oddoi
Student ID : 6081901169
Title : *Brassel Coffee's Competitive Strategy Design*

Indonesia is widely known as a country with abundant natural resources, one of which is coffee. In 2020 Indonesia was occupied the fourth position among coffee producers in the world, producing 11.95 million sacks of coffee. Adequate natural resources are accompanied by changes in the lifestyle of the people who enjoy coffee at the coffee shop. Seeing this opportunity, many business actors have started to cultivate coffee shops. From Toffin's research together with MIX MarComm SWA Media Group Magazine, in 2019 the number of coffee shops in Indonesia until August 2019 totaled 2,950 outlets, a threefold increase from 2016, where there were only 1,000 coffee shop outlets. This causes increasingly high competition, so it is necessary for a company to design an optimal strategy so that it can survive and be more advanced than the existing competition. Brassel Coffee is one that is participating in the competition.

The purpose of this research is to develop the right competitive strategy for Brassel Coffee based on an analysis of its external and internal environments. It is expected that companies can reduce existing weaknesses, maximize strengths, and develop new innovations, so that they can continue to exist in increasingly fierce business competition. In the process of analysis, this study uses descriptive analysis with a case study approach. Data collection occurs through interviews and document studies. Then PESTEL, Porter Five Forces, and value chain analyses were carried out to formulate SWOT. The strategy suggested in this study is the "Best Cost Provider" strategy. This is because the strategy offered makes the company provide more value to customers at affordable prices.

Keywords: *Coffee shop, PESTEL Analysis, Porter five Forces, Value chain.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa karena berkat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Rancangan Strategi Bersaing Brassel Coffee” ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai laporan tugas akhir untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar jenjang sarjana Program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR).

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, memberi dukungan, doa dan semangat yaitu

1. Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat dan rahmat kasihNya hingga saat ini.
2. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses merencanakan, menyusun hingga menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih atas segala waktu, ilmu serta tenaga yang Ibu berikan dalam setiap proses pengerjaan skripsi ini.
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 dan staf Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
7. Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
8. Kedua orang tua yang memberikan doa dan dukungan selama proses perkuliahan penulis hingga dapat menyelesaikan studi di Universitas Katolik Parahyangan.
9. Kakak dan adik penulis, Elsa, Maria, Junita, Patrisius, Marinus yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan selama perkuliahan berlangsung
10. Salah satu *owner* dari *Brassel Coffee* yakni Ibu Farida Toha yang telah membantu penulis dalam memperoleh data pendukung sebagai pelengkap hasil analisis.
11. Seluruh jajaran staf Biro Kemahasiswaan dan Alumni Universitas Katolik Parahyangan yang membantu penulis hingga lancar selama proses perkuliahan
12. Seluruh mentor beasiswa Kak Ayu, Mbak Tina, Kak Triana, Mbak Nita, Kak Gaby, dan Kak Ari yang telah mengarahkan serta membantu penulis selama perkuliahan berlangsung.
13. Seluruh anggota beasiswa SPN, APM, BDT angkatan 2018, 2019 dan 2021.

14. Teman-teman seperjuangan skripsi yaitu Jaya, Agnes, Lysia yang telah membantu penulis selama menjalani perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan terutama prodi Ilmu Administrasi Bisnis.

15. Seluruh keluarga besar yang telah banyak memberikan dukungan selama ini Segenap pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis tetap membutuhkan saran dan bimbingan agar dapat menyempurnakan lagi skripsi ini dan berharap penulisan skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat kepada pembaca

Bandung, 6 Januari 2023

Penulis

Otorinus Oddoi

NPM: 6081901169

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
1.6 Kerangka Pemikiran	9
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA DAN METODOLOGI PENELITIAN	10
2.1 Strategi	10
2.1.1 Pengertian strategi	10
2.1.2 Proses pembuatan strategi - pelaksanaan strategi	11
2.1.3 Struktur Strategi	11
2.2 Strategi Bersaing	12
2.2.1 Strategi Generik	13
2.2.2 Strategi Generik Modifikasi	15
2.3 Manajemen Strategi	17
2.3.1 Pengertian Manajemen Strategi	17
2.3.2 Tahapan Manajemen Strategi	17
2.4 Lingkungan Eksternal perusahaan	19
2.4.1 PESTLE	19
2.4.2 Five forces	22
2.5 Lingkungan Internal	40

2.5.1 Rantai Nilai (<i>Value Chain</i>)	40
2.6 Analisis SWOT	45
2.7 Penelitian Terdahulu	47
2.8 Metodologi Penelitian	52
2.8.1 Jenis Penelitian.....	52
2.8.2 Metode Penelitian	52
2.8.3 Protokol Studi	53
2.8.4 Teknik Pengumpulan Data	62
2.8.5 Jenis Data	63
2.8.6 Teknik Analisis Data	64
BAB III	66
HASIL DAN PEMBAHASAN	66
3.1 Objek Penelitian	66
3.1.1 Profil Perusahaan	66
3.1.2 Sejarah Perusahaan	67
3.1.3 Kondisi Tempat Perusahaan	68
3.1.4 Visi Misi Perusahaan	70
3.1.5 Struktur Organisasi.....	70
3.1.6 Aktivitas Bisnis Perusahaan	71
3.2 Pembahasan Hasil	74
3.2.1 Analisis Lingkungan Eksternal	74
3.2.2. Analisis Lingkungan Internal	92
3.2.3 Analisis Internal dan Eksternal	101
3.2.4 Rancangan Strategi	111
BAB IV	114
PENUTUP	114
4.1 Kesimpulan	114
4.2 Rekomendasi	116
4.3 Implikasi	117
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	121

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar <i>coffee shop</i> daerah Ciumbuleuit	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 2. 2 Protokol Studi.....	53
Tabel 3. 1 Pemandang baru <i>coffee shop</i>	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsumsi Kopi di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran.....	9
Gambar 2. 1 Five Forces Framework	22
Gambar 2. 2 Hambatan Persaingan diantara perusahaan yang bersaing	23
Gambar 2. 3 Hambatan yang Dihadapi Masuknya Pesaing Baru.....	28
Gambar 2. 4 Faktor yang Mempengaruhi Peralihan ke Produk Substitusi	32
Gambar 2. 5 Faktor yang Mempengaruhi Daya Tawar Pemasok.....	34
Gambar 2. 6 Faktor yang Mempengaruhi Daya Tawar Pelanggan.....	38
Gambar 3. 1 Logo Brassel <i>Coffee</i>	66
Gambar 3. 2 Lokasi Perusahaan	69
Gambar 3. 3 Struktur Organisasi Brassel <i>Coffee</i>	70
Gambar 3. 4 Pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 <i>Interview Guide</i>	121
--	-----

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia secara luas dikenal sebagai negara dengan sumber daya alam yang melimpah, salah satunya yaitu kopi. Pada tahun 2020 Indonesia menempati posisi keempat penghasil kopi di dunia dengan menghasilkan kopi sebanyak 11,95 juta karung. Lalu untuk peringkat pertama oleh negara Brazil mampu menghasilkan kopi yakni 63,4 juta disusul oleh Vietnam dengan menghasilkan kopi 29 juta karung dan Kolombia sebanyak 14, 3 juta karung.

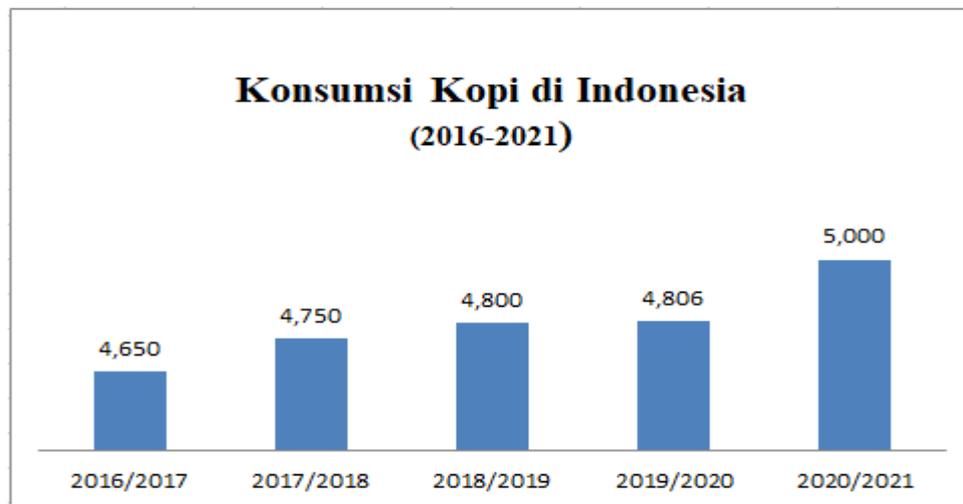
Sumber daya alam yang memadai tersebut diiringi dengan perubahan gaya hidup masyarakat lebih memilih untuk menikmati kopi di *coffee shop*. Melihat peluang tersebut banyak pelaku usaha mulai menggeluti *coffee shop*. Hal ini juga didukung dengan target pasar yang banyak, bukan hanya pecinta kopi juga masyarakat biasa. Andiani (2018) menyatakan bahwa kebiasaan bagi sebagian masyarakat untuk meminum kopi menjadi sebuah gaya hidup atau *lifestyle*. Dengan gaya hidup masyarakat tersebut mengakibatkan potensi positif terhadap peningkatan permintaan kopi di dalam negeri.

Coffee shop merupakan suatu usaha yang dibangun sebagai tempat berkumpul dengan berbagai macam sajian kopi, teh dan makanan. *Coffee shop* saat ini menjadi tempat orang-orang berkumpul dan mengerjakan tugas dengan hidangan kopi. Khususnya mahasiswa saat ini, sering bertemu dengan yang lain di tempat *coffee shop* dan sambil mengerjakan tugas. Adanya pergeseran definisi

tersebut menunjukkan gaya hidup orang-orang yang seharusnya dimanfaatkan dan memaksimalkan hal tersebut melalui strategi yang optimal bagi perusahaan.

Jumlah *coffee shop* terus bermunculan dan menjadi bisnis yang menjanjikan bagi pengusaha. Hal tersebut tampak pada banyaknya jumlah *coffee shop* yang bermunculan. Dari penelitian Toffin bersama dengan Majalah MIX MarComm SWA Media Group pada tahun 2019 jumlah *coffee shop* di Indonesia hingga agustus 2019 berjumlah 2.950 gerai, bertambah tiga kali lipat pada tahun 2016, dimana hanya 1000 gerai *coffee shop*. Pada kenyataannya jumlah *coffee shop* ini bisa lebih besar karena pendataan *coffee shop* itu hanya mencakup gerai-gerai berjaringan di kota-kota besar, tidak termasuk *coffee shop* independen yang modern maupun tradisional di berbagai daerah (Toffin Indonesia, 2019). Sedangkan di kota Bandung sendiri berdasarkan data dinas kebudayaan dan pariwisata kota Bandung pada tahun 2019 *coffee shop* berjumlah 226 gerai dan pada tahun 2021 *coffee shop* berjumlah sebanyak 200 *coffee shop*.

Pada gambar dibawah ini menunjukkan peningkatan konsumsi biji kopi di Indonesia. Konsumsi biji kopi di Indonesia meningkat menjadi 5 juta kantong yang berukuran 60 kg pada tahun 2020/2021. Jumlah peningkatan tersebut mencapai 4,04% dibandingkan peningkatan pada tahun sebelumnya yaitu 4,81 juta kantong yang berukuran 60 kg. Konsumsi kopi Indonesia tahun 2020/2021 juga merupakan yang tertinggi dalam satu dekade terakhir. Sedangkan, produksi kopi Indonesia mencapai 774,6 ribu ton pada 2021. Nilai tersebut naik 2,75% dari tahun sebelumnya yang sebesar 753,9 ribu ton. Sebagaimana tampak di diagram berikut ini,



Gambar 1. 1 Konsumsi Kopi di Indonesia

Sumber: *International Coffee Organization (ICO)*

Sementara dari sisi bisnis, penjualan produk kopi *ready to drink* (RTD) atau siap minum seperti produk kopi yang dijual di *coffee shop* terus meningkat. Menurut data Euromonitor, pada 2013 *retail output RTD Coffee* Indonesia hanya sekitar 50 juta liter, pada 2018 akan mendekati 120 juta liter. Dan diperkirakan akan terus meningkat dalam 5 tahun mendatang.

Brassel *Coffee* merupakan salah satu *coffee shop* yang berada di daerah Ciumbuleuit. Brassel *Coffee* beralamat di Jl.Ciumbuleuit No.125, Bandung yang berada tepat bersebelahan *lobby Apartemen Parahyangan Residence*. Brassel *Coffee* menyajikan berbagai varian kopi dan menyediakan 2 jenis kopi, yaitu robusta dari Lampung dan arabika gayo dari Aceh. Selain minuman kopi ada juga minuman non kopi yang disajikan seperti minuman coklat, dan minuman yang bersoda. Setiap menu minuman memiliki cita rasa dan racikan yang berbeda. Sedangkan untuk menu favorit pada Brassel *Coffee* yaitu es kopi susu dan es kopi

pandan. Selain itu, *Brassel Coffee* juga menyediakan berbagai makanan cepat saji seperti *macaroni schotel*, lasagna, dimsum, indomie dan berbagai jenis makanan ringan lainnya.

Berbicara persaingan *coffee shop* yang berada di daerah Ciumbuleuit bisa dikatakan tinggi. Persaingan terlihat dengan banyaknya *coffee shop* yang berada di daerah Ciumbuleuit dan dengan tema atau konsep *coffee shop* yang rata-rata bernuansa alam. Dengan banyaknya *coffee shop* tersebut mengakibatkan persaingan yang tinggi, sehingga perlu mengidentifikasi strategi optimal bagi *Brassel Coffee* agar tetap eksis dalam persaingan. Urgensi penelitian ini adalah *Brassel Coffee* harus memiliki strategi dalam persaingan yang ada sehingga bisa bertahan di masa yang akan datang. Tabel dibawah ini menunjukkan berbagai macam *coffee shop* yang ada di daerah Ciumbuleuit

Tabel 1. 1 Daftar *coffee shop* daerah Ciumbuleuit

No	Nama	Alamat	Konsep	Produk andalan	Kisaran harga
1	Kurokoffee	Jl. Ciumbuleuit No.130	Industrial	<ul style="list-style-type: none"> ● White cold brew 	25 rb - 32rb
2	Ceritera	Ciumbuleuit, Kec. Cidadap	Industrial	<ul style="list-style-type: none"> ● Es kopi titik ● Es kopi koma 	25rb-30rb

				<ul style="list-style-type: none"> • Es kopi seru 	
3	Foresta coffee	Jl. Rancabentang No.28	Minimalis semi outdoor	Chocobana frappe, Mocachino, Magnum	37rb- 42rb
4	Kopi Eyang	Jl. Gn. Batu No.2a, Ciumbuleuit		<ul style="list-style-type: none"> • Es kopi eyang • Es kopi Pleto 	27rb
5	Sejiwa Coffee, Kiputih	Jl. Kiputih No.1A	Homey	<ul style="list-style-type: none"> • Sejiwa kopi 	35rb-45rb
6	Starbucks Ciumbuleuit	Jl. Ciumbuleuit No.115	Industrial	<ul style="list-style-type: none"> • Caffe latte • Caramel macchiato 	46rb-53rb
7	Brassel Coffee	Jl. Ciumbuleuit no. 125	Industrial	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ice latte brown sugar</i> • Kopi Pandan 	18rb-32rb

8	Sauvage coffee	Jl. Rancabentang No.3	Minimalis	• Kopi susu	15rb-25rb
9	Ekara coffee & eatery	Jl. Bukit Jarian No.17	Rustic	• Kopi susu	30rb-45rb

Sumber : Hasil olahan penulis

Berdasarkan hal tersebut dan dalam rangka menyusun strategi optimal *Brassel Coffee*, penulis melakukan penelitian untuk penyusunan perencanaan strategi bersaing *Brassel Coffee* dengan judul “**Rancangan Strategi Bersaing *Brassel Coffee***”.

1.2 Identifikasi Masalah

Perubahan gaya hidup masyarakat lebih memilih menikmati kopi di *coffee shop* berdampak pada peluang bisnis yang harus dimanfaatkan. Banyaknya *coffee shop* maka persaingan akan semakin tinggi sehingga konsumen juga mempunyai pilihan yang banyak dan harus sesuai dengan keinginan konsumen *coffee shop*. Agar bertahan dalam persaingan, perlu memiliki strategi bersaing yang optimal dengan mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dan internalnya.

Berdasarkan pada latar belakang yang dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: **Bagaimana rancangan strategi usaha yang tepat bagi *Brassel Coffee* untuk bertahan dalam persaingan 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 strategi usaha yang tepat bagi Brassel coffe berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal.

1.4 Manfaat Penelitian

Adanya penulisan ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi semua pihak. Adapun harapan dan manfaat yaitu sebagai berikut

a. 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.

b. 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.

c. 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.

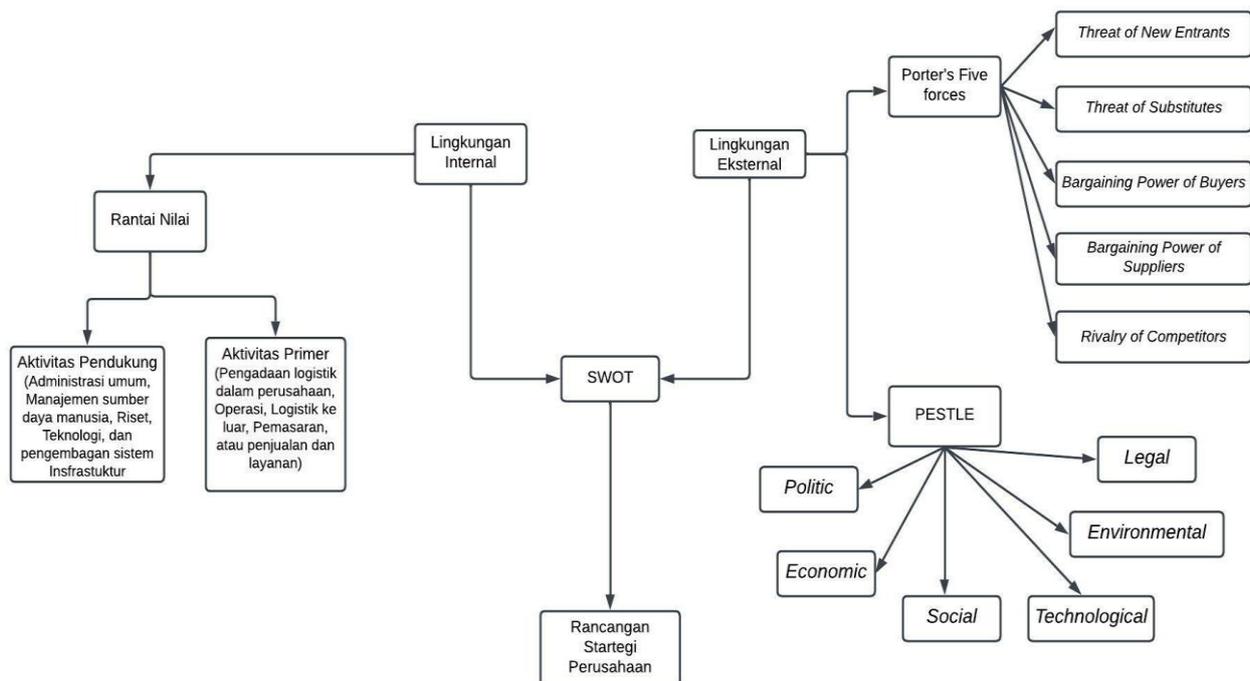
1.5 Sistematika Penulisan

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

Kerangka pemikiran berfungsi untuk membantu pembaca dalam memahami secara jelas hubungan variabel - variabel yang diteliti. Kerangka penelitian dalam penelitian ini terdiri dari lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Peneliti menggunakan analisis PESTEL dan *Porter Five Forces* untuk menganalisis lingkungan eksternal. Sedangkan untuk lingkungan internal peneliti menggunakan analisis rantai nilai (*value chain*). Lalu dari analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan dapat memperoleh analisis *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats* (SWOT) sehingga dapat dirancang menjadi strategi yang dapat digunakan oleh *Brassel Coffee*. Dari secara keseluruhan penjelasan kerangka pemikiran tampak dalam gambar berikut ini:



Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran

Sumber: Hasil Olahan Penulis