



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

RANCANGAN STRATEGI BERSAING
PT BUMI BELAH SAMUDRA

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Fahdan Tandri Faadila

6081901163

Bandung

2023



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

RANCANGAN STRATEGI BERSAING
PT BUMI BELAH SAMUDRA

Skripsi

Oleh

Fahdan Tandri Faadila

6081901163

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 : Fahdan Tandri Faadila
Nomor Pokok : 6081901163
Judul : Rancangan Strategi Bersaing PT Bumi Belah Samudra

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 28 Juni 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.S.E .

: 

Sekretaris

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

: 

Anggota

Timothy Andrianus Philemon, S.T., M.AB. :



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fahdan Tandri Faadila

NPM : 6081901163

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Rancangan Strategi PT Bumi Belah Samudra

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, 19 Juni 2023



Fahdan Tandri Faadila

ABSTRAK

Nama : Fahdan Tandri Faadila

NPM : 6081901163

Judul : Rancangan Strategi Bersaing PT Bumi Belah Samudra

Dewasa ini perkembangan berbagai sektor industri terus mengalami perkembangan yang sangat pesat, salah satu industri yang mengalami pertumbuhan pesat adalah industri pengolahan biji kopi, hal ini didukung dengan adanya data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Indonesia (2022), bahwasannya produksi kopi di Indonesia mencapai 774,60 ribu ton pada tahun 2021, angka tersebut meningkat 1,62% dari tahun 2020 yang mencatatkan produksi sebesar 762,20 ribu ton. Hal ini tentunya menunjukkan adanya tingkat persaingan yang semakin ketat. Sehingga penting bagi sebuah perusahaan untuk menentukan rancangan strategi dalam jangka waktu panjang agar dapat bertahan serta memenangkan pasar persaingan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyusun rancangan strategi bersaing yang tepat bagi PT Bumi Belah Samudra dengan dasar analisis lingkungan internal serta eksternal dari perusahaan. Penelitian ini menggunakan deskriptif analisis dengan pendekatan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara serta studi dokumen. Lebih lanjut, untuk menghasilkan strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan, peneliti melakukan pengolahan data dengan melakukan analisis lingkungan eksternal dengan menggunakan PESTEL, Porter *Five Forces*, serta analisis lingkungan internal dengan menggunakan Rantai Nilai (*Value Chain*). Kemudian disimpulkan dalam analisis SWOT dengan dilakukan evaluasi menggunakan EFE (*External Factors Evaluation*) dan IFE (*Internal Factors Evaluation*).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat bagi PT Bumi Belah Samudra adalah "*Focused Low-Cost*". Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kinerja atas penjualan dengan berkonsentrasi pada segmen pasar yang lebih sempit, serta mengalahkan pesaing dalam hal biaya, sehingga perusahaan dapat melayani pasar dengan biaya lebih rendah tanpa menurunkan kualitas dari produk yang ditawarkan.

Implikasi dari penerapan usulan strategi ini adalah peningkatan permintaan atas produk kopi yang kemudian berdampak pada maksimalnya penggunaan mesin produksi yang tentunya dapat mempengaruhi biaya produksi yang lebih rendah, kemudian meningkatnya *brand awareness* dari calon *buyer* seiring dengan maksimalnya pemanfaatan sosial media. Perbaikan pada sektor manajemen perusahaan juga memungkinkan perusahaan untuk memperoleh pendanaan dari investor. Lebih lanjut pengembangan perusahaan pada sektor produksi dan ekspansi pada produk sangat mungkin untuk dilakukan.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Analisis PESTEL, Porter's *Five Forces*, Rantai Nilai, Analisis SWOT.

ABSTRACT

Name : Fahdan Tandri Faadila

NPM : 6081901163

Title : *PT Bumi Belah Samudra's Competitive Strategy Design*

Nowadays, the development of various industrial sectors continues to experience rapid growth. One of the industries that is advancing rapidly is the coffee bean processing industry. The Indonesian Central Bureau of Statistics (2022) shows that coffee production in Indonesia reached 774.60 thousand tons in 2021. An increase of 1.62% from 2020, which recorded production of 762.20 thousand tons. The data shows the level of increasingly fierce competition in the market. Therefore, it is crucial for a company to determine a long-term strategic plan in order to survive and win in a competitive market.

The objective of this research is to design a competitive strategy for PT Bumi Belah Samudra on the basis of an analysis of the company's internal and external environments. As a result, the company outperforms the increasingly fierce competition in the market, particularly in Indonesia. This study used descriptive analysis with a case study approach. Data collection techniques were carried out through interviews and document studies. Furthermore, to produce strategies that could be implemented by companies, researchers performed data processing by analyzing the external environment using PESTEL and Porter's Five Forces. The internal environment was analyzed using the Value Chain. Moreover, it was concluded in a SWOT analysis with an evaluation using EFE (external factors evaluation) and IFE (internal factors evaluation).

The findings of this study indicate that "Focused Low-Cost" is the best strategy for PT Bumi Belah Samudra. This is implemented to improve sales performance by concentrating on narrower market segments and outperforming competitors in terms of costs. By doing so, companies can serve the market at lower costs without reducing the quality of the products offered.

The implication of implementing this proposed strategy is an increased demand for coffee products which will maximize the usage of production equipment and leads to lower production costs. In addition, the strategy aims to raise brand recognition by utilizing social media to its fullest extent. Through making these management-related improvements, the company is expected to obtain funding from investors, which allows the company to expand its products and further develop in the production sector.

Keywords: *Competitive Strategy, PESTEL Analysis, Porter's Five Forces, Value Chain, SWOT Analysis.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, serta karunia nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “Analisis Rancangan Strategi Bersaing PT Bumi Belah Samudra”. Adanya penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini juga disadari oleh penulis, bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang dikarenakan terbatasnya pengetahuan serta pengalaman penulis. Adanya skripsi ini juga diharapkan oleh penulis agar sekiranya memperoleh kritik serta saran, agar kedepannya penulisan skripsi ini dapat disempurnakan serta hasil nya dapat berguna bagi penulis, perusahaan yang menjadi objek penelitian, serta pembaca.

Selama proses pengerjaanya. Penulis mendapat dukungan serta bantuan yang datang dari berbagai pihak dalam bentuk bimbingan, doa, dukungan moral, serta motivasi. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Iptu Mansur dan Ibu Bdn. Joice Arijani Rabbah, S.Keb. selaku orang tua penulis, serta Ginah Suryani, S.Ak dan Galuh Arningsih selaku kakak dan adik penulis, yang secara penuh memberikan dukungan baik doa, finansial, maupun dukungan psikologis kepada penulis.

2. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M. Selaku dosen pembimbing yang tanpa lelah dan bosan membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, dengan rasa bangga dan hormat penulis memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada beliau.
3. Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, S.T., M.AB. Selaku dosen wali yang dengan sangat baik membimbing dan membantu penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan.
4. Bapak Mangadar Situmorang, Ph.D., Selaku Rektor Universitas Katolik Parahyangan.
5. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, Selaku Dekan FISIP Universitas Katolik Parahyangan.
6. Ibu Shelvi, S.AB., M.M. Selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
8. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Administrasi Bisnis 2020 - 2021
9. Keluarga besar Ikatan Mahasiswa Administrasi Bisnis Indonesia wilayah II (DKI, Banten, Jawa Barat) periode 2020 - 2021.
10. Keluarga besar Amnesty Indonesia chapter Universitas katolik parahyangan periode 2021 - 2022, 2022 - 2023

11. Keluarga Besar TATIB 2019 : Viona Ruth Cahaya, Dhiya Arlinda Putri, Febiana Adriano, Dimas Putra Widyotomo, Felicia Amanda Delita, Muhammad Rafly.
12. Sahabat penulis David Cornelius Hudijana, Marcella Priscilla, Dede Felix Kandunmas, Nurfatia Tamara Dewi, Eva Yuliantika, Amanda Michella, Tammy Regina Satya, Sherina, Nindy Audita, Mutiara Silver Ramadhani, Salsya Vashanti Etenia, Nadia Novianty, Theresia Vanesa, Ambana Karubaba, Christo Fabio Onibala, Xena Alysia Wanggai, Misye Bertha Dwa. yang sedari awal, proses, hingga pengerjaan skripsi tak lelah menemani penulis.
13. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bandung, 19 Juni 2023



Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
1.6 Kerangka Berpikir	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN METODOLOGI PENELITIAN	14
2.1 Strategi	14
2.1.1 Pengertian Strategi	14
2.1.2 Komponen Strategi.....	15
2.2 Strategi Bersaing	17
2.2.1 Strategi Generik	18
2.2.2 Strategi Generik Modifikasi	21
2.3 Manajemen Strategi	24
2.3.1 Pengertian Manajemen Strategi	24
2.3.2 Tahapan Manajemen Strategi	25
2.4 Lingkungan Eksternal	26
2.4.1 PESTLE.....	26
2.4.2 Five Forces	29
2.5 Lingkungan Internal	34
2.5.1 Rantai Nilai (Value Chain)	34
2.6 Analisis SWOT	38
2.7 Penelitian Terdahulu	39
2.8 Metodologi Penelitian	42
2.8.1 Jenis Penelitian.....	42
2.8.2 Metode Penelitian	43
2.8.3 Protokol Studi.....	44
2.8.4 Teknik Pengumpulan Data	55

2.8.5 Jenis Data	57
2.8.6 Teknik Analisis Data	58
BAB III HASIL DAN TEMUAN	61
3.1 Objek Penelitian	61
3.1.1 Profil Perusahaan	61
3.1.2 Sejarah Perusahaan.....	61
3.1.3 Kondisi Tempat Perusahaan	62
3.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	63
3.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan	64
3.1.6 Aktivitas Bisnis Perusahaan	64
3.2 Pembahasan Hasil	65
3.2.1 Analisis Lingkungan Eksternal	66
3.2.1.1 PESTLE.....	67
3.2.1.2 Porter's Five Forces	85
3.2.2 Analisis Lingkungan Internal	90
3.2.2.1 Value Chain	91
3.2.3 Analisis Internal dan Eksternal	101
3.2.3.1 Analisis SWOT	101
3.2.4 Analisis Matrix SWOT	103
3.2.5 Rancangan Strategi.....	113
BAB IV PENUTUP	116
4.1 Kesimpulan	116
4.2 Saran.....	118
4.3 Implikasi	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Produksi Kopi di Indonesia	2
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran.....	13
Gambar 3.1 Logo Perusahaan.....	61
Gambar 3.2 Kondisi Perusahaan.....	63
Gambar 3.3 Struktur Organisasi PT Bumi Belah Samudra.....	64
Gambar 3.4 Jumlah Pengguna Internet di Dunia Tahun 2023.....	76
Gambar 3.5 Diagram Batang Jumlah Pengguna internet Indonesia 1998-2023...	77
Gambar 3.6 Ton Timbulan Sampah Berdasarkan Provinsi.....	84
Gambar 3.7 Gudang Penyimpanan.....	94
Gambar 3.8 Kuadran SWOT.....	107
Gambar 3.9 Desain <i>Greenhouse</i> Penjemuran.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persaingan Bisnis.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 2.2 Protokol Studi.....	44
Tabel 3.1 Harga Produk.....	95
Table 3.2 Analisis SWOT.....	101
Tabel 3.3 Analisis Internal Factor Evaluation.....	104
Tabel 3.4 Analisis External Factor Evaluation.....	105

LAMPIRAN

Interview Guide

Strategi Bersaing

1. Dari hal-hal berikut :
 - a. Manakah yang menurut bapak/ibu yang menjadi fokus strategi utama bagi industri pengolahan kopi ini dalam mengalahkan pesaing?
 - b. Mengapa memilih untuk menggunakan strategi tersebut?
 - c. Ketika telah menetapkan memilih strategi tersebut apakah perusahaan juga memilih segmen tertentu dalam implementasinya?
Jelaskan alasannya
2. Dari berbagai kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah selama ini
 - a. Menurut bapak/ibu apakah kebijakan pemerintah tersebut memberikan dampak positif atau negatif kepada perusahaan ini?
Apakah hanya dampak negatif yang dirasakan atau sebaliknya?
Atau bahkan yang dirasakan justru keduanya?
 - b. Tolong jelaskan secara rinci menurut bapak/ibu mengenai dampak yang dirasakan tersebut !
 - c. Bagaimana cara perusahaan menyesuaikan diri dengan kebijakan tersebut?
3. Jelaskan menurut bapak/ibu ketika ada yang terjadi dengan kondisi ekonomi semisal terjadi kenaikan atau penurunan harga barang

- a. Apakah secara langsung berdampak bagi aktivitas perusahaan ini?
 - b. Jika iya/tidak jelaskan alasannya dan bagaimana cara perusahaan ini menyesuaikan diri dengan kondisi ekonomi tersebut?
 - c. Jelaskan dampak seperti apa yang dirasakan oleh perusahaan?
4. Dari segi sosial dan budaya
 - a. Kelompok seperti apa yang ditargetkan perusahaan dalam melakukan penjualan?, mengapa perusahaan memilih kelompok tersebut?
 - b. Jelaskan menurut bapak/ibu trend sosial seperti apa yang sangat berdampak bagi perusahaan akhir-akhir ini?, bagaimana bentuk penyesuaian perusahaan terhadap trend tersebut?
5. Dari segi peraturan
 - a. Menurut bapak/ibu apakah perusahaan merasa diuntungkan atau justru merasa dipersulit dengan peraturan yang ada?, mengapa demikian?
 - b. Sebutkan dan jelaskan peraturan seperti apa yang membuat bapak/ibu sampai bisa merasa diuntungkan atau dirugikan?
6. Seperti yang telah dirasakan selama ini, apakah terdapat fenomena sosial yang berpengaruh kepada peningkatan penjualan perusahaan?
 - a. Menurut bapak/ibu, apakah peristiwa ini memberikan dampak positif bagi perusahaan? Atau justru sebaliknya?
 - b. Mengapa bapak/ibu merasa seperti itu?

- c. Apa saja bentuk penyesuaian perusahaan terhadap peristiwa tersebut?

Selain itu pemanfaatan teknologi ini beriringan dengan maraknya penggunaan media sosial dalam mempromosikan produk !

- a. Apakah perusahaan telah melakukan promosi melalui media sosial?
- b. Jika iya, media sosial apa saja yang digunakan?
- c. Mengapa memilih media sosial tersebut?
- d. Jika belum, mengapa?

7. Dari segi lingkungan hidup

- a. Apakah menurut bapak/ibu iklim di sekitar daerah perusahaan memberikan dampak positif bagi perusahaan? atau justru sebaliknya?, mengapa bapak/ibu merasa seperti demikian?
- b. Bagaimana cara perusahaan ini mengolah limbah hasil produksi setiap harinya?

Porter 5 Forces

8. *Threat of new entrant*

- a. Bagaimana hambatan yang dialami oleh industri pengolahan kopi saat ingin masuk ke industri ini?

9. *Product of substitute*

- a. Bagaimana menurut bapak/ibu terkait adanya industri pengolahan komoditas lain selain perusahaan sejenis kopi

- b. Apakah memberikan dampak yang positif atau justru negatif?
Mengapa demikian?
- c. Apa saja produk substitusi yang paling memberikan dampak bagi perusahaan?, mengapa demikian?

10. *Supplier*

- a. Menurut bapak/ibu apakah ketersediaan *supplier* mencukupi kebutuhan perusahaan dengan mudah? Mengapa demikian?
- b. Jelaskan menurut bapak/ibu, seberapa besar kendali pemasok yang berdampak pada laba perusahaan?
- c. Apakah harga bahan baku yang ditawarkan para *supplier* sesuai dengan budget perusahaan?, mengapa demikian?
- d. Apa saja keunggulan *supplier* yang difokuskan oleh perusahaan ketika membeli bahan baku?, mengapa keunggulan tersebut di fokuskan?

11. *Buyer*

- a. Menurut bapak/ibu seberapa besar kemampuan pembeli untuk meminta harga yang lebih rendah?
- b. Faktor apa saja yang mempengaruhi *buyer* dalam membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan

12. *Rivalry*

- a. Menurut bapak/ibu bagaimana sekuat apa tingkat persaingan yang terjadi pada terkait, mengapa demikian?

- b. Siapa saja pesaing yang dianggap sebagai *rival* utama bagi perusahaan?
- c. Mengapa perusahaan menganggap pesaing tersebut sebagai pesaing utama?

13. *Inbound logistic*

- Penerimaan bahan baku
 - a. Jenis bahan baku apa saja yang digunakan dalam pembuatan produk di perusahaan ini?
 - b. Dari mana bahan baku tersebut berasal?
 - c. Apakah perusahaan melakukan proses pencatat bahan baku yang masuk? Jika iya jelaskan bagaimana caranya?
- Penyimpanan bahan baku
 - a. Apakah perusahaan memiliki gudang penyimpanan bahan baku?
 - b. Jika iya, seberapa luaskah gudang penyimpanan bahan baku yang dimiliki perusahaan?, apakah cukup menampung semua bahan baku yang dibutuhkan oleh perusahaan?
 - c. Perusahaan menerima bahan baku pada saat kapan?
 - d. Apakah bahan baku mudah untuk rusak?, jika iya/tidak mengapa demikian?

14. *Outbound logistic*

- a. Bagaimanakah cara perusahaan mempertahankan kualitas kelayakan produk yang dihasilkan?
- b. Produk apa saja yang diunggulkan oleh perusahaan?

- c. Berapa harga dari setiap jenis produk yang dijual?
- d. Hal-hal apa saja yang difokuskan perusahaan dalam menetapkan harga produk?
- e. Apakah perusahaan ada menargetkan jumlah produk yang harus terjual dalam periode tertentu
- f. jika iya berapa jumlahnya dan mengapa menargetkan sebanyak itu?, bagaimana cara perusahaan mencapai target tersebut?, jika tidak mengapa?

15. *Operation*

- a. Bagaimana proses produksi produk yang dilakukan oleh perusahaan?
- b. Produk apa saja yang dihasilkan oleh perusahaan?
- c. Kesulitan seperti apa saja yang sering dialami perusahaan saat proses produksi produk?
- d. Hambatan seperti apa saja yang sering dialami perusahaan saat memproduksi produk?
- e. Jenis mesin dan alat apa saja yang digunakan perusahaan dalam memproduksi produk?
- f. Bagaimana cara perusahaan dalam memelihara mesin atau peralatan yang digunakan untuk proses produksi?
- g. Bagaimana cara perusahaan mengukur kualitas dari produk yang hendak dijual?

16. *Marketing and sales*

- a. Tindakan apa saja yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam mempromosikan produk?
- b. Siapa yang menjadi target dari perusahaan ini?
- c. Apakah perusahaan memiliki mitra dalam proses penjualan?

17. *Service*

- a. Bagaimana cara perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan?
- b. Adakah bentuk pelatihan yang diberikan kepada pegawai dalam melayani pelanggan? Jika iya atau tidak jelaskan!

18. *Administrasi umum*

- a. Apa saja perencanaan yang telah dilakukan perusahaan dalam meningkatkan rancangan aktivitas kerja dalam organisasi?, dan bagaimanakah tingkat keberhasilan dari rencana tersebut?
- b. Jelaskan seperti apa struktur organisasi dari perusahaan ini?
- c. Sebutkan dan jelaskan fungsi dari setiap divisi atau bagian dalam struktur tersebut?
- d. Jelaskan bagaimana sistem pengelolaan yang dipakai perusahaan dalam mengelola keuangan terutama dalam pengeluaran dan pemasukan?

19. *Human Resource*

- a. Bagaimana proses dan sistem perekrutan yang dilakukan oleh perusahaan?
- b. Sebutkan dan jelaskan bentuk pelatihan seperti apa yang telah dilakukan oleh perusahaan bagi pengembangan kinerja pegawai?
- c. Kompensasi seperti apa yang diberikan kepada seluruh jenis pegawai?

20. Infrastructure

- a. Bisakah Bapak/Ibu menceritakan berkaitan dengan infrastruktur perusahaan secara menyeluruh dan detail termasuk fasilitas yang ada di dalamnya?

21. Technology

- a. Selama ini pengembangan seperti apa saja yang telah dilakukan oleh perusahaan terkait dengan pemanfaatan perkembangan teknologi? (entah dari segi desain, proses pembuatan produk, DLL)

BAB I

PENDAHULUAN

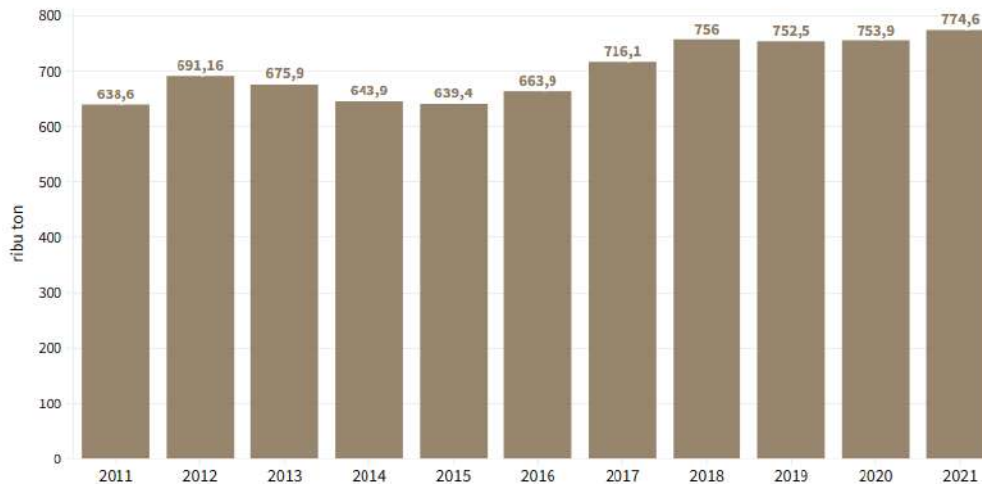
1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan berbagai sektor industri terus mengalami perkembangan yang sangat pesat, implikasi dari adanya kondisi tersebut salah satunya adalah persaingan antar bisnis yang semakin ketat seiring dengan berjalannya waktu, situasi yang bergerak secara dinamis tersebut menuntut setiap pelaku bisnis maupun perusahaan untuk menetapkan strategi bisnis yang tepat, sehingga baik produk maupun jasa yang dijalankan oleh pelaku usaha dapat bertahan, dan bersaing dalam memenangkan pasar yang ada. Dalam hal ini salah satu industri yang berkembang yaitu industri pengolahan kopi yang mana jika diamati prospektif dari industri ini sangat menguntungkan mengingat penikmat kopi tidak hanya ada pada lingkup domestik namun juga pada lingkup global.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Indonesia (2022) produksi kopi di Indonesia mencapai 774,60 ribu ton pada tahun 2021, angka tersebut meningkat 1,62% dari tahun 2020 yang mencatatkan produksi sebesar 762,20 ribu ton. Beberapa faktor kenaikan produksi tersebut didukung dengan permintaan kopi yang terus meningkat baik dari domestik maupun internasional. Hal ini dibuktikan dengan menjamurnya industri *coffee shop* yang terus berkembang mengikuti tren gaya hidup. Selain itu, masifnya pengembangan produk dari sektor manufaktur dan permintaan atas pasokan global juga menjadi

alasan yang dimana faktor – faktor tersebut dapat terpenuhi dalam grafik produksi kopi di Indonesia yang dapat dilihat sebagai berikut.

Produksi Kopi Indonesia Periode 2010 - 2021(DataIndonesia.id)



Gambar 1.1 Pertumbuhan Produksi Kopi Indonesia

Sumber: dataindonesia.id (2022)

Jika dilihat pada grafik diatas tingkat produksi kopi nasional selama 10 tahun terakhir mengalami fluktuatif namun terus terjadi peningkatan pada periode 2019 - 2021 hingga mencapai angka 774,60 ribu ton (Data Indonesia.id, 2023). Dari adanya angka tersebut sebanyak 5000 kantong berukuran 60 kg merupakan jumlah konsumsi domestik dengan 387 ribu ton di alihkan untuk memenuhi kebutuhan global atau penjualan ekspor (Badan Pusat Statistik, 2022).

Memasuki periode Covid-19 pada awal tahun 2020, perkembangan industri kopi terus mengalami penyesuaian terhadap beberapa kebijakan. Kebijakan dari lembaga internasional berupa *lockdown* juga diikuti dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) oleh pemerintah

Indonesia, hal ini berdampak pada rendahnya mobilitas operasional industri kopi serta terhambatnya kegiatan ekspor. Kebijakan ini dilakukan demi menghambat laju perkembangan virus yang masif terjadi pada periode tersebut. Kebijakan-kebijakan tersebut nyatanya tetap menunjukkan hal positif pada industri kopi di Indonesia dengan peningkatan produksi di tahun 2020.

Terkhusus di wilayah Jawa Barat data terakhir pada tahun 2018 mencatatkan total perkebunan rakyat mencapai 33,889 ha (hektar), dari jumlah tersebut sebanyak 33.630 ha perkebunan milik rakyat dan 259 ha perkebunan milik swasta. Kedua pengklasifikasian perkebunan tersebut menghasilkan 17,628 ton biji kopi mentah atau yang umumnya dikenal dengan *green beans coffee* (BPS Jawa Barat, 2018), diperkirakan jumlah ini akan terus meningkat setiap tahun melihat dari tren maupun *demand* dari sektor kopi yang terus naik. Kemampuan produksi dengan skala besar kopi Jawa Barat juga didukung dengan cita rasa yang khas yang menjadikan Jawa Barat salah satu dari daerah penghasil kopi dengan kualitas terbaik di dunia (Yasmine, 2020). Kemampuan produksi serta kualitas dari kopi Jawa Barat ini tentunya menciptakan persaingan baik antar *supplier* dengan status badan usaha maupun *trader* yang berlomba-lomba untuk memenangkan pasar persaingan kopi di Indonesia hal ini dibuktikan dengan keberadaan perusahaan kopi seperti PT Sari Makmur, PT Indokom, PT Asal Jaya, PT LDC (*Louis Dreyfus Company*), dan PT *Golden Coffee* Indonesia. yang lebih lanjut persaingan dari perusahaan – perusahaan tersebut akan dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Persaingan Bisnis

Perusahaan	Produk	Fasilitas	Lokasi	Pendirian
PT Sari Makmur Tunggal Mandiri	Arabika dan Robusta	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki 5 cabang di beberapa wilayah di Indonesia - Memiliki luas area dengan total 10 h.a (hektar) - Mesin <i>processing</i> dengan teknologi tinggi menghasilkan 546 ton dalam 1 hari. - Memiliki kantor utama sebagai pusat administratif. - Setiap cabang memiliki lab untuk pengecekan rendemen kopi. - Memiliki Sertifikat lahan organik berstandar internasional. 	<p>Kantor Utama: Medan, Indonesia</p> <p>Cabang: Surabaya, Aceh, Lampung, Makasaar.</p>	Tahun 1995 (28 Tahun)
PT Indokom	Robusta dan Arabika	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki 4 cabang di beberapa wilayah di Indonesia. - Mesin Sutton berkapasitas besar 	<p>Kantor Utama: Lampung, Indonesia</p>	Tahun 1995 (28 Tahun)

			<p>dengan teknologi tinggi.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memiliki lab untuk pengecekan rendemen kopi. 	<p>Cabang: Sidoarjo, Situbondo, Medan.</p>	
PT Jaya	Asal	Robusta dan Arabika	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki Gudang dengan kapasitas berskala tonase. - Mesin <i>processing</i> dengan kapasitas produksi yang memadai - Lahan tani garapan 2.263 ha - Mesin produksi berkapasitas besar dengan teknologi tinggi (120.000 ton) dalam satu tahun. - Memiliki lab untuk pengecekan rendemen kopi. - Memiliki Sertifikat lahan organik berstandar internasional. - Memiliki fasilitas <i>roastery</i> atau penggorengan. 	<p>Kantor Utama: Malang, Indonesia</p>	<p>Tidak diketahui</p>

<p>PT LDC (<i>Louis Dreyfus Company</i>)</p>	<p>Arabika, Robusta (<i>Green Beans</i>), dan <i>Roasted Beans</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki Gudang dengan kapasitas berskala tonase. - Lokasi gudang dan muatan yang strategis dengan pelabuhan. - Kemampuan mesin sutton dengan teknologi tinggi. - Memiliki lahan garapan kebun dengan petani binaan sebanyak 7.500 petani. - Memiliki sertifikasi lahan organik berstandar internasional. - Memiliki lab untuk pengecekan rendemen kopi 	<p>Bandar Lampung, Indonesia</p>	<p>Tahun 1999 (24 Tahun)</p>
<p>PT GCI (<i>Golden Coffee Indonesia</i>)</p>	<p>Robusta, Arabika, Peaberry (<i>Green Beans</i>) dan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki Gudang dengan kapasitas berskala tonase. - Proses dan tempat produksi berskala pabrik. 	<p>Bandar Lampung, Indonesia.</p>	<p>Tidak diketahui</p>

	<i>Roasted Beans</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi gudang dan muatan yang strategis dengan pelabuhan. - Kemampuan mesin sutton dengan teknologi tinggi. - Memiliki lab untuk pengecekan rendemen kopi - Proses dan tempat produksi berskala pabrik. 		
--	----------------------	--	--	--

Sumber : Hasil Olahan Peneliti

Berlokasi di jalan Palasari, RT 001 RW 001, Cikalong, Cimaung, Banjarn. Kabupaten Bandung Selatan, Jawa Barat. PT Bumi Belah Samudra Merupakan sebuah perseroan terbatas yang selain mencari keuntungan juga mempunyai visi untuk memakmurkan petani kopi serta memperkenalkan kualitas kopi Jawa Barat tidak hanya pada sektor domestik namun juga mengupayakan penjualan pada skala global.

Bergerak dibidang industri pengolahan biji kopi yang dimulai dari bentuk ceri hingga menjadi gabah basah atau yang umum dikenal dengan *green beans coffee*. Dari segi infrastruktur, perusahaan memiliki dua gudang seluas 2,7 hektar dengan kapasitas penyimpanan lebih dari 3000 ton. Gudang utama merupakan tempat produksi atau tempat pemrosesan kopi dengan kekuatan maksimal mesin

produksi tidak kurang dari 200 ton per hari, serta lahan jemur yang dimiliki mampu menjemur hingga 250 ton gabah basah dalam sekali penjemuran.

Dari aspek produk PT Bumi Belah Samudra secara garis besar memproduksi 2 jenis kopi yaitu arabika dan robusta. Lebih lanjut produk yang ditawarkan perusahaan terbagi dalam beberapa grade atau tingkatan dari masing-masing jenis. Kopi dengan jenis arabika terdiri dari grade 1 - 4 serta robusta dari grade terbaik seperti Fine diikuti dengan grade 1 - 4, limbah kopi dalam bentuk kulit cangkang maupun kulit ari juga menjadi salah satu produk yang bernilai bagi perusahaan. Dari aspek penjualan perusahaan masih mengandalkan penjualan komersial dengan sistem kontrak dengan industri manufaktur seperti Kapal Api, Torabika. Selain itu PT Bumi Belah Samudra juga berupaya untuk memasuki pasar internasional melalui kegiatan ekspor.

Persaingan yang dihadapi perusahaan terhadap pesaingnya terlihat dalam upaya masing-masing perusahaan yang berlomba-lomba meningkatkan image Identitas produk kopi (*Origin product*), harga, serta kualitas menjadi aspek yang sangat penting bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan. Keterbatasan pasar kopi dalam penjualan komersial, serta adanya perbedaan standar dari calon *buyer* juga merupakan hal yang menjadi tantangan bagi perusahaan dalam bertahan serta memenangkan persaingan.

Adanya persaingan yang kuat di industri sejenis yang telah dipaparkan sebelumnya, serta dengan mempertimbangkan usia perusahaan yang baru berdiri selama satu tahun dengan kemampuan serta sumber berupa gudang, lahan

garapan, serta mesin produksi yang dimiliki maka berdasarkan hasil paparan sebelumnya penulis memiliki minat dan ketertarikan untuk melakukan penelitian terhadap industri kopi dalam hal perencanaan strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan dalam memenangkan pasar persaingan. Sehingga judul dan topik yang diambil dalam penulisan skripsi ini yaitu “Analisis Rancangan Strategi Bersaing PT Bumi Belah Samudra”.

1.2 Identifikasi Masalah

Industri pengolahan biji kopi semakin menunjukkan persaingan yang semakin ketat, hal ini tentunya diakibatkan oleh tingginya permintaan kopi dari sektor domestik, baik peningkatan konsumsi kopi baik dari industri manufaktur yang memproduksi kopi instan maupun dalam kemasan bubuk, industri *coffee shop* yang menjadi tren bisnis masa kini terus menjamur seiring berjalannya waktu, munculnya produk-produk kebutuhan sekunder dengan bahan baku kopi, serta adanya permintaan global melalui penjualan ekspor. PT Bumi Belah Samudra dalam hal ini sebagai salah satu perusahaan *supplier* biji kopi mentah di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Merupakan sebuah perusahaan yang baru berdiri selama satu tahun, meskipun usia perusahaan masih sangat muda, PT Bumi Belah Samudra memiliki *resources* dan *ability* berupa lahan kebun garapan dan mesin produksi dengan kapasitas besar yang dapat memenangkan visinya dalam memakmurkan petani Jawa Barat serta memperkenalkan kualitas kopi Jawa Barat ke seluruh penjuru dunia, terlepas dari sumber dan upaya yang telah dilakukan, PT Bumi Belah Samudra sebagai badan usaha yang masih sangat muda ini tentunya masih sangat membutuhkan strategi untuk jangka panjang, hal ini

tentunya untuk mempertahankan eksistensi perusahaan di pasar atau bahkan untuk memenangkan pasar persaingan.

Berdasarkan kajian yang telah dijelaskan sebelumnya terdapat masalah yakni “Rancangan strategi bisnis apa yang dapat diaplikasikan PT Bumi Belah Samudra dalam menghadapi persaingan di masa depan yang dianalisis berdasarkan lingkungan internal dan eksternal perusahaan?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya maka yang menjadi tujuan dari penulisan ini adalah untuk menyusun rancangan strategi bersaing bisnis yang tepat bagi PT Bumi Belah Samudra berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penulisan penelitian ini, Penulis sangat berharap hasil dari penulisan dapat berguna bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian, pihak yang membutuhkan, maupun untuk penulis sendiri.

Adapun harapan penulis bagi penelitian ini adalah sebagai berikut:

- **Bagi Perusahaan**

Membantu perusahaan yang menjadi objek penelitian atau perusahaan sejenis yang bergerak di Industri pengolahan biji kopi untuk rancangan strategi dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki, meminimalisir kelemahan serta melakukan pembaharuan

melalui inovasi yang dapat memenangkan perusahaan di pasar persaingan.

- Bagi Penulis

Hasil dari penelitian dan penulisan skripsi ini dapat menjadi bukti kerja keras penulis dalam menempuh pendidikan serta pengalaman di bangku perkuliahan berkaitan dengan pengembangan diri melalui akademik yang dapat berguna bagi pihak-pihak terkait dengan memberikan gambaran mengenai penyusunan strategi bersaing yang tepat bagi perusahaan.

- Bagi Pihak yang Membutuhkan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik untuk menambah informasi serta wawasan bagi perusahaan yang akan merancang dan menerapkan strategi, maupun menjadi referensi ataupun parameter dalam pengembangan penulisan akademik.

1.5 Sistematika Penulisan

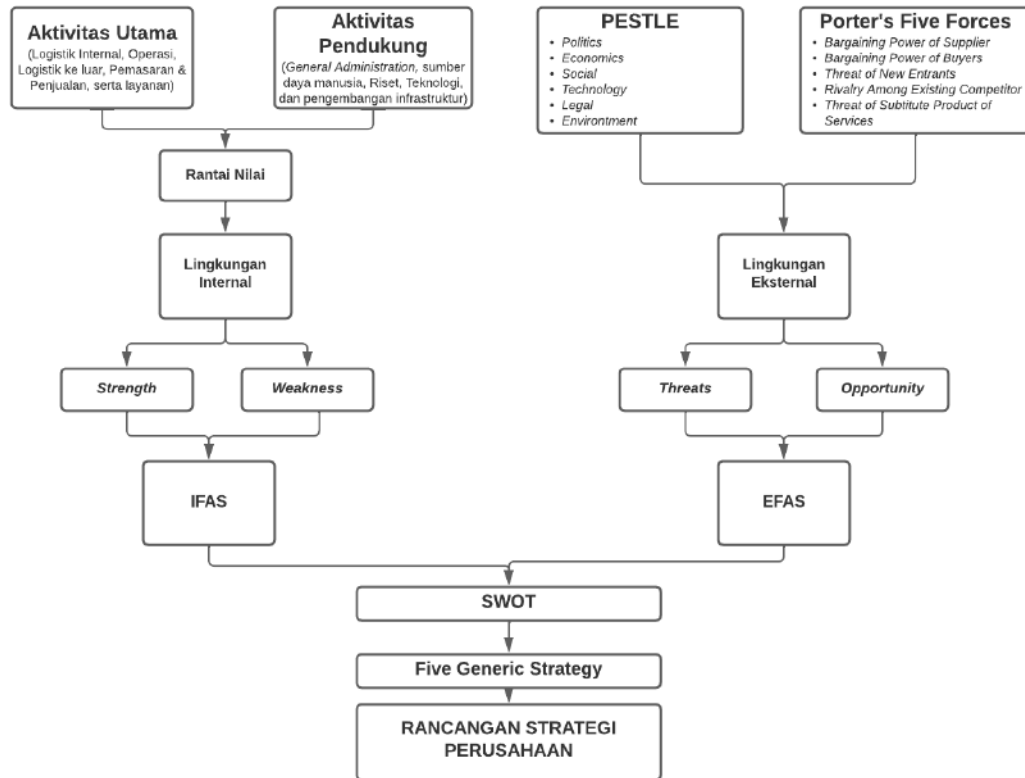
Secara keseluruhan, struktur penulisan skripsi ini dibuat dalam empat bab untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian dengan sistematika secara berikut:

1. Bab I : Pendahuluan. Bagian ini membahas tentang latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah,

tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, serta kerangka berpikir penulis dalam penulisan skripsi.

2. Bab II : Kajian Pustaka dan Metodologi Penelitian yang membahas teori dan konseptual yang berhubungan dengan fokus penelitian, juga memuat penjelasan mengenai metode penelitian yang diterapkan oleh peneliti.
3. Bab III : Hasil dan Temuan. Ini memuat tentang pemaparan lengkap mengenai objek penelitian serta pembahasan dari hasil analisis rancangan strategi yang telah ditetapkan oleh peneliti.
4. Bab IV : Penutup. Bab akhir ini berisi kesimpulan, rekomendasi serta implikasi yang dapat dipahami dan diterapkan sesuai dengan hasil penelitian pada objek di lapangan.

1.6 Kerangka Berpikir



Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran

Gambar Hasil Olahan Penulis