



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

Terakreditasi UNGGUL

SK BAN-PT NO. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/IV/2023

Evaluasi Strategi Bersaing Candu Coffee Bar

Skripsi

Oleh
Ryan David Christiawan Lewi

6081801016

Bandung
2024



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

Terakreditasi Unggul
SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023

Evaluasi Strategi Bersaing Candu Coffee Bar

Skripsi

Oleh

Ryan David Christiawan Lewi

6081801016

Pembimbing

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

Bandung

2024

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



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Ryan David Christiawan
Nomor Pokok : 6081801016
Judul : Evaluasi Strategi Bersaing Candu Coffee Bar

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada (Rabu, 24 Januari 2024)
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Sekretaris

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

Anggota

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

Mengesahkan,
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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

Evaluasi Strategi Bersaing Candu Coffee Bar

by DiA Registrasi 4

Submission date: 10-Jan-2024 01:56PM (UTC+0700)

Submission ID: 2266621226

File name: saing_Candu_Coffee_Bar_Skripsi_-_RYAN_DAVID_CHRISTIAWAN_LEWI.pdf (20.55M)

Word count: 15334

Character count: 94581

Evaluasi Strategi Bersaing Candu Cofee Bar

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
2	repository.its.ac.id Internet Source	1%
3	es.scribd.com Internet Source	1%
4	ojs3.unpatti.ac.id Internet Source	<1%
5	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet Source	<1%
6	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1%
7	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%
8	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%
9	adoc.pub Internet Source	<1%

10	Submitted to Catholic University of Parahyangan Student Paper	<1 %
11	jurnal.yudharta.ac.id Internet Source	<1 %
12	www.mokapos.com Internet Source	<1 %
13	ojs.unigal.ac.id Internet Source	<1 %
14	alexandria05.blogspot.com Internet Source	<1 %
15	www.liputan6.com Internet Source	<1 %
16	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
17	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
18	alexandreydyahocom.blogspot.com Internet Source	<1 %
19	repository.unpkediri.ac.id Internet Source	<1 %
20	www.neliti.com Internet Source	<1 %
21	Submitted to Universitas Pancasila	

<1 %

22

www.ejournal.jendelaedukasi.id

Internet Source

<1 %

23

etheses.iainponorogo.ac.id

Internet Source

<1 %

24

jurnal.ummi.ac.id

Internet Source

<1 %

25

Submitted to Udayana University

Student Paper

<1 %

26

ekyamindayunaznurlayly.blog.unesa.ac.id

Internet Source

<1 %

27

kc.umn.ac.id

Internet Source

<1 %

28

repository.mercubuana.ac.id

Internet Source

<1 %

29

Submitted to Florida Atlantic University

Student Paper

<1 %

30

Submitted to Trisakti University

Student Paper

<1 %

31

repository.unibos.ac.id

Internet Source

<1 %

32

repository.ipb.ac.id

Internet Source

<1 %

33	123dok.com Internet Source	<1 %
34	lib.ui.ac.id Internet Source	<1 %
35	myresto.graved.com Internet Source	<1 %
36	id.123dok.com Internet Source	<1 %
37	ejournal3.undip.ac.id Internet Source	<1 %
38	jurnal.untan.ac.id Internet Source	<1 %
39	repository.ump.ac.id Internet Source	<1 %
40	repository.unair.ac.id Internet Source	<1 %
41	repository.unpar.ac.id Internet Source	<1 %
42	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
43	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
44	repository.upnvj.ac.id	

Internet Source

<1 %

45

vdocuments.net

Internet Source

<1 %

46

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Surakarta

Student Paper

<1 %

47

A Riyanto, Arman Paramansyah. "STRATEGI
PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN BETON SIAP PAKAI (READY MIX
CONCRETE) PADA PT SEMEN INDOGREEN
SENTOSA PLANT CIKARANG", Al-Kharaj :
Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah,
2020

Publication

<1 %

48

Submitted to Universitas Pendidikan
Indonesia

Student Paper

<1 %

49

docplayer.info

Internet Source

<1 %

50

dspace.unitru.edu.pe

Internet Source

<1 %

51

repository.ibik.ac.id

Internet Source

<1 %

52

saridualembarang.blogspot.com

Internet Source

<1 %

53	slideplayer.info Internet Source	<1 %
54	tentangpenyakitlambung.blogspot.com Internet Source	<1 %
55	www.scribd.com Internet Source	<1 %
56	Dedi Muliadi. "Manajemen Pengelolaan dan Pengembangan Usaha pada UMKM di Kabupaten Bogor (Studi Kasus pada Usaha Makanan Fast Food)", <i>Journal on Education</i> , 2023 Publication	<1 %
57	apayangdimaksud.com Internet Source	<1 %
58	e-prosiding.umnaw.ac.id Internet Source	<1 %
59	idtesis.com Internet Source	<1 %
60	media.neliti.com Internet Source	<1 %
61	unair.ac.id Internet Source	<1 %
62	chibechan.wordpress.com Internet Source	<1 %

ejournal.uin-malang.ac.id

63

Internet Source

<1 %

64

id.berita.yahoo.com

Internet Source

<1 %

65

journal.iaingorontalo.ac.id

Internet Source

<1 %

66

puspamestikabahasa.blogspot.com

Internet Source

<1 %

67

qdoc.tips

Internet Source

<1 %

68

repository.unibi.ac.id

Internet Source

<1 %

69

trubus.id

Internet Source

<1 %

70

Beni Setiawan Sanjaya. "Strategi pemasaran dalam meningkatkan tingkat hunian kamar pada hotel asri melawi selama masa pandemi covid-19", Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis, 2022

Publication

<1 %

71

Ismail Ismail, Ali Fahmi, Saroh Purnama Sari. "UPAYA KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU) KOTA SURABAYA DALAM MENGELOLA DATA PEMILIH UNTUK MENINGKATKAN EFEKTIVITAS KINERJA PEMILU", Jurnal

<1 %

Administrasi Publuk dan Ilmu Komunikasi, 2022

Publication

72

Kadek Evi Setiawati, Arifuddin Lamusa, Moh Alfit A. Laihi. "STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK ABON IKAN TUNA PADA CV. RAJA BAWANG DI KOTA PALU", Jurnal Pembangunan Agribisnis (Journal of Agribusiness Development), 2023

Publication

<1 %

73

aboanaklundayeh.blogspot.com

Internet Source

<1 %

74

annisahhafidzahsyafitri16.blogspot.com

Internet Source

<1 %

75

bengkelodongdong.com

Internet Source

<1 %

76

creamwajahalami.com

Internet Source

<1 %

77

docobook.com

Internet Source

<1 %

78

elibrary.ub.ac.id

Internet Source

<1 %

79

eprints.undip.ac.id

Internet Source

<1 %

80

jurnalmahasiswa.unesa.ac.id

Internet Source

<1 %

81	leonardogustav.wordpress.com Internet Source	<1 %
82	ojs.uajy.ac.id Internet Source	<1 %
83	pokerskype.com Internet Source	<1 %
84	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
85	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
86	repositorio.unican.es Internet Source	<1 %
87	repository.dinamika.ac.id Internet Source	<1 %
88	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
89	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
90	sdiisip.blogspot.com Internet Source	<1 %
91	www.siudase.com Internet Source	<1 %
92	doku.pub Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 3 words

Exclude bibliography On

ABSTRAK

Nama : Ryan David Christiawan Lewi
NPM : 6081801016
Judul : Evaluasi Strategi Bersaing Candu Coffee Bar

Saat ini perkembangan industri kedai kopi di Kota Bandung sudah semakin berkembang, hal ini dapat terlihat dari tingginya jumlah konsumsi dan daya beli masyarakat terhadap produk kopi di Indonesia. Diikuti juga dengan adanya perubahan gaya hidup di tengah masyarakat mengakibatkan semakin banyaknya juga pelaku usaha yang masuk kedalam industri ini baik itu pelaku usaha lokal maupun internasional. Perkembangan industri kedai kopi mewajibkan para pelaku usaha yang bergerak di industri ini dituntut untuk memiliki dan mampu untuk menjalankan strategi dengan baik serta kreatif dalam melakukan inovasi, terobosan, ataupun gagasan baru agar mampu untuk terus menarik minat dan daya beli pelanggan sesuai dengan meningkatnya pola konsumsi masyarakat. Salah satunya adalah Candu Coffee Bar yang menerapkan strategi-strategi dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

Tujuan yang ingin dicapai dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui strategi yang sebaiknya dilakukan untuk mengevaluasi strategi bersaing yang sudah dilakukan saat ini, dikarenakan banyaknya pesaing di daerah Candu Coffee Bar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif menggunakan metode studi kasus. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis fungsi bisnis, PESTLE, Porter Five Force's, Analisis SWOT untuk membantu penelitian ini melihat sejauh mana penggunaan strategi diferensiasi yang dilakukan oleh Candu Coffee Bar serta bisa evaluasi strategi bersaing yang sebaiknya dilakukan oleh Perusahaan.

Diterapkannya strategi ini adalah dengan melakukan kolaborasi dengan kedai kopi lain, maka Candu Coffee Bar dapat memperluas pasarnya dari yang didapatkan sekarang, baik dengan mendapatkan *exposure* tambahan dan juga kenaikan pendapatan akibat dari kolaborasi tersebut. Dengan cara menjual produk mereka secara massal, Candu Coffee Bar juga harus mengimbangi dengan pemasaran yang harus dilakukan dengan lebih gencar. Dengan pembelian mesin *espresso* yang kapasitas lebih besar maka akan memperbaiki segi *servicing time* yang sudah ada di Candu Coffee Bar saat ini.

Kata Kunci: Strategi Diferensiasi, Analisis Fungsi Bisnis, *PESTLE*, *Porter's Five Forces*, Analisis Swot

ABSTRACT

Name : Ryan David Christiawan Lewi

Student ID : 6081801016

Title : *Evaluation of competitive strategies Candu Coffee Bar*

Currently, the development of the coffee shop industry in the city of Bandung is increasingly developing, this can be seen from the high amount of consumption and people's purchasing power for coffee products in Indonesia. This is also followed by changes in lifestyle in society resulting in more and more business actors entering this industry, both local and international business actors. The development of the coffee shop industry requires business actors operating in this industry to have and be able to carry out strategies well and be creative in carrying out innovations, breakthroughs or new ideas in order to be able to continue to attract the interest and purchasing power of customers in line with the increasing consumption patterns of society. . One of them is Candu Coffee Bar which applies strategies in carrying out its business activities.

The aim to be achieved in writing this thesis is to determine the impact of the internal and external environment of Candu Coffee Bar and to find out the strategies that should be implemented to evaluate the current competitive strategies. This research uses a descriptive qualitative method using the case study method. The analysis techniques used in this research are business function analysis (Human Resource Management, Production and Operations, Finance and Marketing), PESTLE, Porter's Five Force's, and SWOT analysis to help this research see the extent of the use of differentiation strategies carried out by Candu Coffee. Bar as well as knowing the competitive strategy evaluation that should be carried out by the Company.

The implication of implementing this strategy is that by collaborating with other coffee shops, Candu Coffee Bar can expand its market from what it has now, both by getting additional exposure and also increasing income as a result of this collaboration. By selling their products en masse, the next thing that Candu Coffee Bar must do is balance it out with marketing which must be done more intensively. By purchasing an espresso machine with a larger capacity, it will improve the serving time that currently exists at Candu Coffee Bar.

Keywords: Differentiation Strategy, Business Function Analysis, PESTLE, Porter's Five Forces, Swot Analysis

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan kasih sayang berkahnya yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir yang berupa skripsi berjudul “Evaluasi strategi bersaing Candu Coffee Bar”. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk melengkapi prasyarat meraih gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Selama proses pengerjaannya, 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 dalam segala aspek dalam menjalankan perkuliahan
2. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos, M.M. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan sekaligus pembimbing yang telah membimbing penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir. Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya karena telah menyumbangkan waktu, tenaga, dan ilmunya selama penulis mengerjakan skripsi ini.
3. Bapak Gandhi selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
4. Bapak Andrianus Tirta, selaku Ketua Program Studi Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan

5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan yang telah mengabdikan dan memberikan ilmu serta pelajaran hidup selama penulis menempuh studi.
6. A Gema selaku pemilik tempat dan yang telah memberikan Informasi mengenai Candu Coffee Bar serta menyambut saya dengan hangat dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ivan Adi dan Hizkia Julius Prayoto yang telah menemani dan memberikan semangat, motivasi, masukan, hiburan, serta doa untuk saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Putri selaku teman terdekat penulis yang menemani, membantu, dan memberikan motivasi saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh sobat lapas dan sobat mata yang menemani dan membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini

Karena terbatasnya pelatihan dan pengalaman penulis, penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, untuk lebih menyempurnakan skripsi ini, penulis masih memerlukan saran, arahan, dan rekomendasi. Diharapkan hasilnya dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	5
ABSTRACT	6
KATA PENGANTAR	7
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR GAMBAR	13
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Objek Penelitian.....	9
1.5.1 Profil Perusahaan.....	9
1.5.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan.....	11
1.5.2.1 Visi Perusahaan:.....	11
1.5.2.2 Misi Perusahaan:.....	11
1.5.3 Tujuan Perusahaan.....	11
1.5.4 Struktur Perusahaan.....	12
BAB II	13
LANDASAN TEORI DAN METODOLOGI	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pengertian Strategi.....	13
2.1.2 Strategi Generik.....	14
2.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	15
2.2.1 Analisis <i>Five Forces Porter's</i>	16

2.2.1.1 Ancaman Pendatang Baru (<i>Threat of New Entrants</i>).....	16
2.2.1.2 Persaingan Diantara Perusahaan yang Ada (<i>Rivalry of Competitors</i>).....	17
2.2.1.3 Ancaman Produk atau Jasa Substitusi (<i>Threat of Substitutes</i>).....	18
2.2.1.4 Kekuatan Tawar-menawar Pembeli (<i>Bargaining Power of Buyers</i>).....	18
2.2.1.5 Kekuatan Tawar-menawar Pemasok (<i>Bargaining Power of Suppliers</i>).....	19
2.2.2 PESTLE.....	20
2.2.2.1 <i>Political</i>	20
2.2.2.2 <i>Economics</i>	20
2.2.2.3 <i>Social</i>	21
2.2.2.4 <i>Technological</i>	21
2.2.2.5 <i>Legal</i>	21
2.2.2.6 <i>Environment</i>	22
2.3 Analisis Lingkungan Internal.....	22
2.3.1 Analisis Fungsi Bisnis.....	22
2.4 IFE Matriks dan EFE Matriks.....	25
2.5 Analisis SWOT.....	27
2.6 SWOT Matriks.....	28
2.7 Jenis Penelitian.....	29
2.8 Metode penelitian.....	30
2.8.1 Operasional Variabel.....	31
2.9 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
2.9.1 Data Primer.....	37
2.9.2 Data Sekunder.....	39
2.10 Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III.....	39
HASIL DAN TEMUAN.....	40
3.1 Aktivitas Bisnis Perusahaan.....	40
3.2 Pembahasan Hasil.....	43
3.2.1 Analisis PESTLE.....	44
3.2.1.1 Politik.....	44
3.2.1.2 Ekonomi.....	45
3.2.1.3 Sosial.....	46

3.2.1.4 Teknologi.....	46
3.2.1.5 Legal.....	47
3.2.1.6 Environmental.....	47
3.2.2 Analisis Five Forces Porter's.....	48
3.2.2.1 Ancaman Pendatang Baru.....	48
3.2.2.2 Persaingan Diantara Perusahaan yang Ada.....	49
3.2.2.3 Ancaman Produk atau Jasa Substitusi.....	50
3.2.2.4 Kekuatan Tawar-menawar Pembeli.....	51
3.2.2.5 Kekuatan Tawar-menawar Pemasok.....	52
3.2.3 Analisis Fungsi Bisnis.....	52
3.2.3.1 Fungsi Manajemen.....	52
3.2.3.2 Fungsi Pemasaran.....	58
3.2.3.2.1 Analisis Pelanggan.....	58
3.2.3.2.2 Penjualan Produk.....	59
3.2.3.2.3 Perencanaan Produk.....	60
3.2.3.2.4 Penentuan Harga.....	61
3.2.3.2.5 Distribusi.....	63
3.2.3.2.6 Riset Pemasaran.....	64
3.2.3.2.7 Analisis Peluang.....	64
3.2.3.3 Fungsi Produksi.....	65
3.2.3.4 Fungsi Keuangan.....	66
3.2.3.5 Fungsi Pengembangan dan Riset.....	67
3.2.4 Analisis SWOT.....	73
3.2.4.1 Kekuatan.....	74
3.2.4.2 Kelemahan.....	75
3.2.4.3 Peluang.....	76
3.2.4.4 Ancaman.....	77
3.2.5 Hasil IFE Matriks dan EFE Matriks.....	78
3.2.6 SWOT Matriks.....	82
3.3 Evaluasi Strategi Bersaing Candu Coffee Bar.....	86
KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI.....	88
4.1 Kesimpulan.....	88
4.2 Saran.....	91
4.3 Implikasi.....	92
REFERENSI.....	95
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penggunaan Biji Kopi pada Kedai Kopi di Sekitar Candu Coffee Bar.....	4
Tabel 1.2 Perbandingan Suasana Tempat.....	6
tabel 1.3 Perbandingan Harga Produk.....	6
Tabel 1.4 Penjualan per Semester Candu Coffee Bar.....	7
Tabel 2.1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.1 Perbandingan Jenis dan Harga Biji Kopi Sekitar Candu Coffee Bar	69
Tabel 3.2 IFE Candu Coffee Bar.....	78
Tabel 3.3 EFE Candu Coffee Bar.....	79
Tabel 3.4 SWOT Matriks Candu Coffee Bar.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Zoom-in Kedai Kopi di Sekitar Candu Coffee Bar.....	3
Gambar 1.5.1 Logo Perusahaan.....	10

Gambar 2.1 Matriks IFE.....	26
Gambar 2.2 Matriks EFE.....	27
Gambar 2.3 Tabel Matriks SWOT.....	28
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.1 Tempat duduk Candu Coffee Bar.....	40
Gambar 3.2 Tempat duduk Candu Coffee Bar.....	41
Gambar 3.3 Pemandangan Candu Coffee Bar.....	41
Gambar 3.4 Tampak dari depan Candu Coffee Bar.....	42
Gambar 3.2.3.1 Menu dan Daftar Harga Candu Coffee Bar.....	63
Gambar 3.5 Gelas Take Away (a) Candu Coffee Bar dan (b) Black Khozie.....	71
Gambar 3.6 Gelas Hot Coffee (a) Candu Coffee Bar, (b) Bruder, dan (c) Black Khozie.....	71
Gambar 3.7 Gelas Mocktail (a) Candu Coffee Bar dan (b) Black Khozie...	72
Gambar 3.8 Kuadran Swot.....	82

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung sering dijadikan destinasi wisata dan *refreshing* dalam kepenatan. Hal ini dikarenakan banyaknya destinasi wisata di Bandung yang menarik minat warga di luar Kota Bandung untuk datang ke Bandung hanya untuk menghilangkan stress di alam, banyaknya hotel dan perbelanjaan yang murah, banyaknya tempat bersejarah yang membuat Kota Bandung seringkali dijadikan destinasi wisata dan *refreshing* (Simbolon, 2022). Selain itu, Kota Bandung juga menjadi kota yang lokasinya yang strategis menjadikan Bandung sebagai salah satu alternatif tujuan wisata maupun acara dari 1 2 berbagai instansi atau perusahaan. Sarana transportasi yang memadai bisa dipilih sesuai keinginan dan kebutuhan, misalnya kereta api, bus umum atau mobil pribadi.

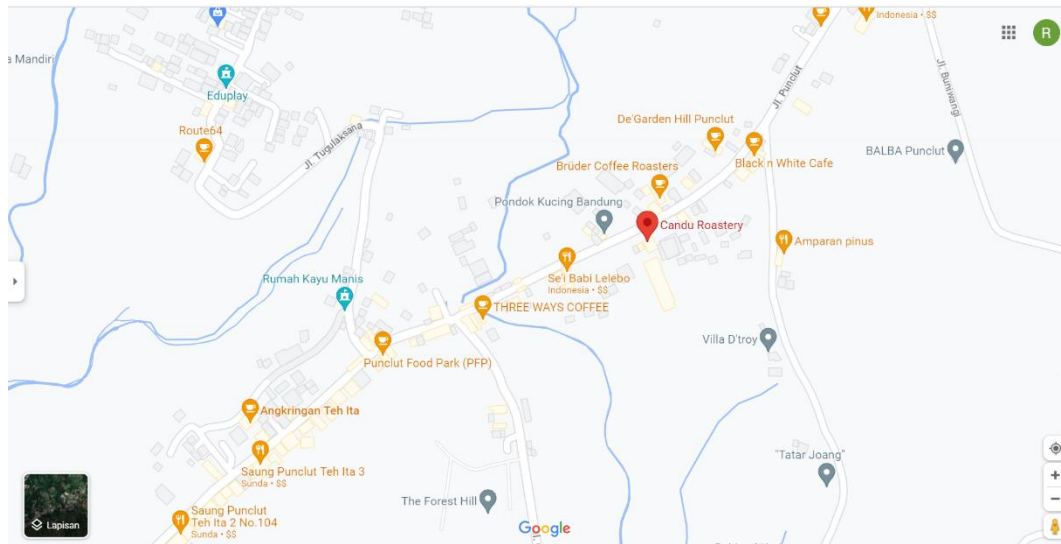
Banyaknya tempat-tempat yang bisa dikunjungi di Kota Bandung seperti rumah makan, *mall*, dan kafe. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat (2022), total kafe di Kota Bandung pada tahun 2016 terdapat 14 kafe dan pada 2018 sudah mencapai 467 kafe. Terlihat adanya kenaikan jumlah yang sangat signifikan dalam jangka waktu 2 tahun saja. Antusiasme masyarakat dan para wisatawan yang menikmati tren minum kopi saat sedang santai maupun bekerja yang mulai meningkat memunculkan banyak sekali kedai kopi baru di beberapa lokasi di Kota Bandung. Terlebih lagi pada daerah Punclut, yaitu daerah

yang terletak pada sisi utara Kota Bandung dan memiliki pemandangan Kota Bandung yang terbentang luas dan dihiasi oleh cahaya lampu kota pada malam hari menarik banyaknya minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah Punclut. Banyak sekali destinasi wisata yang bisa dikunjungi pada daerah Punclut ini, salah satunya yang paling banyak adalah kedai kopi.

Saat ini, industri kopi semakin berkembang di Kota Bandung. Tidak sedikit karena perubahan gaya hidup masyarakat seseorang yang memiliki pekerjaan yang harus dilakukan, terkadang itu orang-orang bosan dan membutuhkan suasana baru di tempat kerja atau refreshing di tengah kesibukan mereka. Selain hal tersebut, harga kopi yang semakin terjangkau juga semakin menarik minat masyarakat untuk mengkonsumsi kopi (JPNN.com, 2021) Hal ini akan menjadi salah satu penyebab munculnya dan berkembangnya industri kedai kopi Di Indonesia terutama Kota Bandung karena kedai kopi menjadi salah satu pilihan tempat makan di masyarakat bekerja, bertemu teman, berdiskusi, bertukar pikiran, dan berwisata.

“Kedai” memiliki arti kata menurut (KBBI, 2016) adalah tempat menyediakan minuman (misalnya kopi, teh) dan makanan kecil (misalnya gorengan, kue-kue, dan sebagainya); sedangkan “Kopi” memiliki arti sebuah pohon ceri yang banyak tumbuh di seluruh dunia, biji kopi, serbuk kopi, dan minuman yang mengandung kopi (KBBI, 2016). Kedai kopi juga dikenal sebagai *Coffee shop*, *Coffee house*, atau *Caffe*, adalah istilah yang digunakan sebagai tempat untuk memesan kopi dan minuman panas lainnya. Kafe memiliki fungsi sebagai bar atau restoran. Di banyak kedai kopi bukan hanya kopi saja menu yang ditawarkan, ada kedai kopi yang juga menyediakan teh, makanan ringan, dan makanan berat. Dari

sudut pandang budaya, kedai kopi tersebar luas untuk orang-orang berkumpul, berdiskusi, menulis, membaca, bercanda, atau hanya sekedar melewati waktu saja. Setelah itu dari masa ke masa kedai kopi yang tersebar di seluruh dunia mulai banyak bermunculan dengan keunikan dari masing-masing kedai kopi.



Gambar 1.1 Zoom-in Kedai Kopi di Sekitar Candu Coffee Bar

Sumber: Tangkapan layar dari Google Maps (2022)

Candu Coffee Bar adalah salah satu kedai kopi yang berlokasi di daerah Puncut, dengan *foundernya* yang bernama Gema. Candu Coffee Bar menjual berbagai jenis minuman (kopi dan non-kopi), makanan, dan juga biji kopi yang sudah dipanggang dan siap digunakan untuk rumahan atau kedai kopi lain. Candu Coffee Bar berdiri sejak tanggal 4 Mei 2018 dan beralamat di Jalan Pagermaneuh No 108.

Dua pesaing besar Candu Coffee Bar juga memiliki strategi mereka masing-masing yang mereka jalankan untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan mereka.

Para pesaing tersebut adalah Bruder dan Black Khozie yang berada sangat dekat dengan Candu Coffee Bar

Menurut data gambar yang disertakan terdapat banyak kedai kopi di sekitar Candu Coffee Bar dan berdasarkan hasil survey lapangan ada 11 kedai kopi yang masih beroperasi saat ini. Hal ini membuat sebuah lingkup persaingan untuk menarik konsumen kedai kopi yang berkunjung ke daerah Punclut, khususnya di sekitar Candu Coffee Bar. Dari masing-masing kedai kopi yang berada di sekitar Candu Coffee Bar memiliki nilai jual lebih yang ditawarkan, seperti: harga jual yang murah, cita rasa yang unik, pemandangan yang indah, dan suasana dari kedai kopi tersebut.

Tabel 1.1 Penggunaan Biji Kopi pada Kedai Kopi di Sekitar Candu Coffee Bar

No	Nama Kedai Kopi	Biji Kopi yang Digunakan
1	Bruder	<i>Houseblend</i>
2	Black Khozie	<i>Houseblend</i>
3	Share.Loc	<i>Houseblend</i>
4	Tahura	<i>Houseblend</i>
5	D' Dieuland	<i>Houseblend</i>
6	Boda Barn	<i>Houseblend</i>
7	Punclut Food Park	<i>Houseblend</i>
8	Coffee Ride	<i>Houseblend</i>
9	Jaskoffie	<i>Houseblend</i>
10	Waroeng Ngebulss	<i>Houseblend</i>
11	Candu Coffee Bar	<i>Arabica Single Origin</i>

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa persaingan kedai kopi di sekitaran Candu Coffee Bar kian meningkat dengan pesat dan menuntut para pelakunya untuk semakin kreatif dalam menghadapi persaingan tersebut. Hal ini membuat para pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi untuk bisa terus bertahan dalam industri ini. Salah satu hal yang bisa dilakukan adalah strategi bersaing. Strategi tersebut juga digunakan oleh Candu Coffee Bar untuk mampu bertahan ditengah pertumbuhan dari inovasi dan kreasi kedai kopi lain. Salah satunya adalah dengan menggunakan jenis biji kopi yang berbeda dengan 10 kedai kopi yang ada di wilayah yang sama dengan Candu Coffee Bar, dikarenakan rasa dari biji yang dihasilkan unik dan Harga pokok produksinya sangat rendah.

Dua pesaing besar Candu Coffee Bar juga memiliki strategi mereka masing-masing yang mereka jalankan untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan mereka. Para pesaing tersebut adalah Bruder dan Black Khozie yang berada sangat dekat dengan Candu Coffee Bar

Tabel 1.2 Perbandingan Suasana Tempat

Nama Kedai Kopi	Tempat Untuk Pengunjung	Konsep Tempat
-----------------	-------------------------	---------------

Candu Coffee Bar	Nyaman untuk bekerja dan bersantai sambil melihat pemandangan Kota Bandung	Rumahan semi outdoor
Bruder	Nyaman untuk bersantai	Rumahan semi outdoor
Black Khozie	Nyaman untuk bersantai	Rumahan semi outdoor

Sumber: Dokumentasi pribadi

Berdasarkan tabel perbandingan diatas dapat disimpulkan bahwa dari 3 kedai kopi tersebut tidak ada perbedaan dari diferensiasi citra yang mereka jalankan. Dari hasil tersebut Candu Coffee Bar tidak bisa mengatakan diferensiasi citra sebagai strategi yang bisa mereka andalkan.

Tabel 1.3 Perbandingan Harga Produk

Nama Kedai Kopi	Jenis Kopi yang Digunakan	Harga rata-rata menu Kopi
Candu Coffee Roaster	<i>Arabica Single Origin</i>	Rp 23.000
Bruder	<i>Arabica 60% dan Robusta 40%</i>	Rp 24.000

Black Khozie	<i>Arabica 50 % dan Robusta 50%</i>	<i>Rp 25.000</i>
--------------	-------------------------------------	------------------

Sumber: Dokumentasi pribadi

Perbandingan Harga produk dari 3 kedai kopi tersebut, dapat dilihat Candu Coffee Bar menggunakan bahan baku yang berbeda dari Bruder dan Black Khozie. Harga dari rata-rata menu kopi yang ditawarkan oleh Candu Coffee Bar juga paling rendah dibandingkan pesaingnya. Hal ini bisa dijadikan strategi unggulan untuk dilakukan oleh Candu Coffee Bar

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Candu Coffee Bar, selain menggunakan jenis biji kopi yang berbeda dengan pesaing, Candu Coffee Bar juga melakukan beberapa strategi yang memberikan dampak positif, khususnya dalam segi penjualan.

Tabel 1.4 Penjualan per Semester Candu Coffee Bar

No	Bulan	Penjualan
1	Mei 2021 - Oktober 2021	Rp 12.678.450
2	September 2021 - April 22	Rp 18.975.500

Sumber: Dokumen Perusahaan

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa total penjualan Candu Coffee Bar menunjukkan perkembangan dari Semester pertama ke Semester kedua sebesar 66%. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa produk yang ditawarkan oleh Candu

Coffee Bar kepada pelanggan dapat menarik minat pasar dari waktu ke waktu. Agar tetap bisa mempertahankan kepuasan pelanggan di tengah banyaknya pesaing baru di daerah Candu Coffee Bar Oleh karena itu penelitian ini akan membahas lebih detail tentang “Evaluasi Strategi Bersaing Candu Coffee Bar” untuk mengetahui jenis evaluasi apa saja yang bisa dilakukan Candu Coffee Bar dan strategi apa saja yang sebaiknya juga dilakukan dalam menghadapi pesaing-pesaingnya.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian perlu dirumuskan mengenai hal apa yang ingin disampaikan dalam pembahasannya. Hal ini dilakukan untuk menentukan arah kajian penelitian dan juga menentukan tujuan akhir yang nantinya ingin dicapai. Pada penelitian ada beberapa merumuskan masalah yang diperhatikan, yaitu:

1. Apa dampak lingkungan internal dan eksternal terhadap Candu Coffee Bar?
2. Evaluasi apa saja yang sebaiknya dilakukan oleh Candu Coffee Bar untuk menunjang strategi yang sudah dilakukan saat ini?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penulisan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui dampak dari lingkungan internal dan eksternal Candu Coffee Bar.
2. Untuk mengetahui strategi yang sebaiknya dilakukan untuk meng-evaluasi strategi bersaing yang sudah dilakukan saat ini.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulisan penelitian ini adalah bentuk penelitian yang dapat digunakan sebagai acuan dan sarana pembelajaran serta evaluasi bagi pihak perusahaan, rekan mahasiswa-mahasiswi, dan pihak pembaca.

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengembangkan teori atau keilmuan tentang evaluasi strategi bersaing pada kedai kopi Candu Coffee Bar. Sehingga dapat menghasilkan strategi bersaing yang optimal untuk digunakan pada kehidupan sehari-hari. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan pembelajaran, khususnya bagi Mahasiswa Administrasi Bisnis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk dapat mengetahui lebih dalam tentang penggunaan strategi bersaing pada praktek realita sosial. Serta dapat bermanfaat bagi Candu Coffee Bar untuk dapat meningkatkan strategi bersaing dalam meningkatkan efektifitas penjualan.

1.5 Objek Penelitian

1.5.1 Profil Perusahaan



Gambar 1.5.1 Logo Perusahaan

Sumber: Olahan Penulis

Nama Perusahaan :Candu Coffee Bar
Alamat : Jl. Punclut No.108, Pagermaneuh, Lembang, Kabupaten
Bandung Barat
Owner : Gema
Tahun didirikan : 2018
Email : Canducoffeeid@gmail.com
Nomor telepon : 087734964707
Instagram : canducoffeebar
Facebook : Candu Coffee Bar

1.5.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

1.5.2.1 Visi Perusahaan:

Menjadi rumah sangrai dan kedai kopi yang memiliki karakter yang khas dan berbeda dengan rumah sangrai atau kedai kopi lainnya.

1.5.2.2 Misi Perusahaan:

1. Mengedepankan penggunaan biji kopi single origin dalam pembuatan produk baik itu untuk *espresso based* atau *Filter Coffee (Manual Brew)*
2. Memaksimalkan karakter dan rasa dari setiap biji kopi single origin yang digunakan baik dalam proses penyangraian (*roasting*) maupun penyeduhan
3. Memberikan informasi yang lengkap terkait asal dari setiap biji kopi, proses paska panen yang diaplikasikan, varietas dari tanaman kopi yang digunakan, *taste notes* yang dihasilkan dari setiap biji kopi yang ditawarkan, serta memberikan arahan penyeduhan dari setiap biji kopi yang ditawarkan.
4. Memberikan *after sales service* secara berkala terhadap semua konsumen baik B2B atau B2C

1.5.3 Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan yaitu membuat semua orang dapat menyeduh atau membuat kopinya dengan mudah, hal ini adalah mudah untuk diseduh oleh semua kalangan tidak terpatok siapapun latar belakang pembuatnya. Selain itu, kami memiliki harapan dapat memberikan suatu hal yang lebih kepada setiap petani kopi yang ada di dunia tidak hanya membeli kopi yang mereka tanam sekaligus

mengenalkan setiap kopi yang mereka tanam baik itu asal kopi serta perjuangan para petani dalam memproduksi kopi dari bibit hingga menjadi minuman di cangkir yang nikmat dikonsumsi setiap hari. Candu Coffee Bar memiliki harapan bahwa kopi – kopi yang dihasilkan dapat memuaskan segala kalangan, baik itu penikmat kopi maupun orang yang masih belum familiar dengan kopi – kopi sekarang. Salah satu dari mimpi kita adalah menjadi keluarga dengan konsumen, oleh karena itu kami menggunakan nama Candu.

1.5.4 Struktur Perusahaan

Candu Coffee Bar belum memiliki struktur yang formal dikarenakan staff yang masih sedikit menjadikan Candu Coffee Bar belum mempunyai struktur yang formal, akan tetapi Candu Coffee Bar memiliki struktur seperti pemilik, tim marketing, tim bar tim bar *development* , dan tim marketing. Dalam menjalankan tugasnya tim bar dan tim development akan mengajukan langsung kepada pemilik Candu Coffee Bar, begitupun untuk tim-tim lainnya yang ada di Candu Coffee Bar.