



**Universitas Katolik Parahyangan**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi Unggul*

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

**RANCANGAN STRATEGI BERSAINGHOUSE OF**

**MOOJA**

Skripsi

Oleh

Calvin Imanda Gandi

6081901251

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*

**RANCANGAN STRATEGI BERSAINGHOUSE OF**  
**MOOJA**  
Skripsi

Oleh  
Calvin Imanda Gandhi  
6081901251

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 : Calvin Imanda Gandhi  
Nomor Pokok : 6081901251  
Judul : Rancangan Strategi Bersaing House Of Mooja

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 29 Januari 2024  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Gandhi Pawitan, Ph.D

:

**Sekretaris**

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

:

**Anggota**

Shelvi, S.AB., MM.

:

Mengesahkan,  
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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

## Pernyataan

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Calvin Imanda Gandi

NPM : 6081901251

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Rancangan Strategi Bersaing Bisnis House OfMooja

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, 8 Januari 2024



(Calvin Imanda Gandi)

## ABSTRAK

Nama : Calvin Imanda Gandi

NPM : 6081901251

Judul : Rancangan Strategi Bersaing House Of Mooja

---

Dengan seiring berkembangnya zaman, berbagai macam sektor industri terus mengalami peningkatan yang signifikan. Industri *Coffee Shop* merupakan salah satu industri yang mengalami perkembangan yang sangat pesat di Indonesia. Pertumbuhan *Coffee Shop* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dimana pada tahun 2016 berjumlah sekitar 1083 gerai dan pada 2019 jumlah total *Coffee Shop* mencapai 2937 gerai. Dari data yang dipaparkan tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha *Coffee Shop* merupakan salah satu bisnis yang memiliki prospek yang bagus untuk kedepannya, dalam hal ini juga tentunya dapat menunjukkan bahwa adanya persaingan yang ketat antar kedai kopi. Maka dari itu, suatu perusahaan sudah seharusnya merancang strategi dalam jangka panjang maupun pendek untuk dapat bertahan di industri yang sama dan dapat bersaing kedepannya

Tujuan dibuatnya penelitian ini adalah untuk menyusun suatu strategi bersaing yang tepat bagi House Of Mooja, dengan menggunakan analisis lingkungan eksternal dan internal dari perusahaan. Dengan harapan Kedepannya perusahaan dapat mengantisipasi berbagai kelemahan yang ada dan mengoptimalkan peluang serta kekuatan untuk membangun berbagai macam inovasi untuk House Of Mooja sendiri. Dengan strategi yang dirancang ini, diharapkan juga untuk kedepannya House Of Mooja dapat bersaing dengan berbagai pesaing yang terus meningkat.

Dalam proses analisa yang dilakukan, penelitian ini menggunakan jenis analisis deskriptif dengan metode studi literatur. Teknik-teknik yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan pengumpulan data adalah wawancara dan juga studi dokumen. Untuk menghasilkan strategi yang bisa digunakan oleh perusahaan, peneliti menggunakan analisis *PESTLE*, *Porter Five Forces*, dan *Value Chain* kemudian disimpulkan dengan menggunakan analisis SWOT untuk melakukan pengolahan data

Dari hasil yang penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang cocok untuk diterapkan di House Of Mooja adalah *Differentiation Strategy*. Karena dengan menggunakan strategi ini perusahaan dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen serta menyajikan produk yang unik dan berkualitas tinggi dan melakukan pendekatan dengan para pelanggan agar para pelanggan merasa istimewa dengan pengalaman yang didapat saat mengunjungi House Of Mooja.

**Kata Kunci : Coffee Shop, Analisa PESTLE, Analisis Porter Five Forces, Value Chain**

## **ABSTRACT**

Name : Calvin Imanda Gandi

NPM : 6081901251

Title : *House Of Mooja's Competitive Strategy Design*

---

*As time goes by, various industrial sectors continue to experience significant improvements. The Coffee Shop industry is one of the industries that is experiencing very rapid development in Indonesia. The growth of coffee shops in Indonesia has experienced very rapid growth, where in 2016 there were around 1083 outlets and in 2019 the total number of coffee shops reached 2937 outlets. From the data presented, it can be concluded that the Coffee Shop business is a business that has good prospects for the future, in this case it also certainly shows that there is intense competition between coffee shops. Therefore, a company should design a strategy in the long and short term to be able to survive in the same industry and be able to compete in the future*

*The purpose of this research is to develop an appropriate competitive strategy for House Of Mooja, using analysis of the company's external and internal environment. With the hope that in the future the company can anticipate various existing weaknesses and optimize opportunities and strengths to build various kinds of innovations for House Of Mooja itself. With this designed strategy, it is hoped that in the future House Of Mooja will be able to compete with various competitors which continue to increase.*

*In the analysis process carried out, this research uses descriptive analysis with the literature study method. The techniques used by researchers to collect data are interviews and document studies. To produce strategies that can be used by companies, researchers use PESTLE analysis, Porter's Five Forces, and Value Chain then conclude using SWOT analysis to process the data.*

*From the results of this research, it can be concluded that the strategy that is suitable to be implemented at House of Mooja is the Differentiation Strategy. Because by using this strategy the company can find out what consumers want and present unique and high quality products and approach customers so that customers feel special about the experience they get when visiting House Of Mooja.*

***Keywords: Coffee Shop, PESTLE Analysis, Porter Five Forces Analysis, Value Chain***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Rancangan Rancangan Strategi Bersaing House Of Mooja“** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata Satu Jurusan Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya masih terdapat kekurangan-kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik. Proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak baik moril maupun materil, terutama kepada Ibu Dr. Orpha Jane, S. Sos., M.M., selaku Dosen Pembimbing, yang dengan sabar, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini, diantaranya yaitu kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesabaran bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Imanuel Wahyudi dan Ibu Ester Sundari selaku orang tua penulis, serta Grace Imanda selaku kakak penulis, yang selalu memberikan dukungan penuh untuk menyelesaikan kuliah
3. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya dan meminta maaf jika banyak melakukan kesalahan baik dalam perkataan maupun perbuatan.
4. Ibu Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T. Selaku dosen wali yang sangat baik dan sabar membimbing saya dalam menumpuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan.
5. Bapak Adrianus Tirta, SE., M.M. Selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan yang sangat membantu penulis dalam penyelesaian kuliah.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.



7. Timothy Andrew, Jovanus Anggana, Dennis Nathaniel, Juphiter Hadinata, Savant Sane, Chandra Wijaya, Irvandi Setiawan, Vincent Sutirta, Octavia Millasari. selaku sahabat penulis yang selalu membantu dalam suka maupun duka dan menemani kehidupan penulis.
8. Olivia Priskila, selaku pasangan dari penulis yang selalu memberikan dukungan baik dalam perkataan dan perbuatan yang membuat penulis termotivasi.
9. Ary Saputra dan Carlotta Concetta, selaku sahabat penulis yang selalu menemani dan memberikan dukungan selama masa perkuliahan.
10. Iyan Markus dan Cinantya Pragnya, selaku sahabat penulis yang sudah memberikan dukungan yang sangat besar untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi.
11. Brian Ezra, Patar Alessandro, Jefrimsa David, Tito Samuel, Theresa Theodosia, Faustina Auria, Gabriella Sitepu, Muhammad Reza, Kris Taas, Yehezkiel Romez, Sakti Boy, Andika Wangsa, Andrea Mosselman selaku keluarga kontrakan depan belakang dan teman dekat dari semester 1 yang sudah menemani masa perkuliahan penulis.
12. Irgi Luthfi, Mohammad Fadhy1, Muhammad Dava, Muhammad Dwiky, Ardelia Nurrahma, selaku teman dekat jurusan yang senantiasa membantu dan menemani penulis selama masa perkuliahan.
13. Dimas Prasetyo, Handoko, Muhammad Hangga, Aqil Bakrie, Rafli Habenula, Samuel Aldheony, Faqih Adhyaksa, Fathia Chairunisa, selaku teman dekat penulis dari SMA.

14. Ibu Milla selaku pemilik House Of Mooja yang senantiasa membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.

15. Semua pihak yang sudah menemani penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari akan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan sekali kritik dan saran, agar dikemudian hari penulisan skripsi ini semakin baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan ilmu pengetahuan dibidang hukum pidana bagi kita semua dan terutama bagi penulis sendiri.

Bandung, 8 Januari 2024

Penulis



Calvin Imanda Gandi

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Objek Penelitian.....	9
1.6 Kerangka Pemikiran.....	11
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>12</b>
2.1 Teori dan Konsep.....	12
2.1.1 Pengertian Strategi.....	12
2.1.2 Konsep Strategi.....	14
2.1.3 Bentuk-Bentuk Strategi.....	16
2.1.4 Peranan Strategi.....	17
2.2 Manajemen Strategis.....	18
2.2.1 Pengertian Manajemen Strategi.....	18
2.2.2 Proses Manajemen Strategi.....	19
2.3 Strategi Bersaing.....	20
2.3.1 Strategi Generik Michael Porter.....	20
2.4 Analisis Lingkungan Internal.....	22
2.4.1 Value Chain.....	22
2.5 Lingkungan Eksternal.....	25
2.5.1 PESTLE.....	25
2.5.2 Porter Five Forcer.....	27
2.6 Analisis SWOT.....	29
2.7 Penelitian Terdahulu.....	31
2.8 Metodologi Penelitian.....	34
2.8.1 Metode Penelitian.....	34
2.8.2 Instrumentasi Penelitian.....	36
2.8.3 Teknik dan Jenis Pengumpulan Data.....	36
2.8.4 Teknik Analisis Matriks SWOT.....	38
2.8.5 Operasional Variabel.....	41

<b>BAB III HASIL DAN TEMUAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Objek Penelitian .....	46
3.1.1 Profil Perusahaan .....	46
3.1.2 Sejarah Perusahaan .....	46
3.1.3 Kondisi Tempat Perusahaan .....	47
3.1.4 Visi dan Misi Perusahaan .....	48
3.1.5 Aktivitas Bisnis Perusahaan .....	48
3.2 Pembahasan Hasil .....	50
3.2.1 Analisis Lingkungan Eksternal .....	51
3.2.1.1 PESTLE .....	51
3.2.1.2 Porter Five' Forces .....	63
3.2.2 Analisis Internal Perusahaan .....	69
3.2.3. Analisis SWOT .....	77
3.2.4 Analisis Matriks SWOT .....	79
3.3 Rancangan Strategi .....	94
 <b>BAB IV KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI .....</b>	<b>97</b>
4.1 Kesimpulan .....	97
4.2 Rekomendasi .....	100
4.3 Implikasi .....	102
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Coffee Shop di Wilayah Sukajadi.....	4
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. Operasional Konsep.....	43
Tabel 4. Analisis SWOT.....	85
Tabel 5. Analisis Faktor Internal.....	88
Tabel 6. Analisis Faktor Eksternal.....	90
Tabel 7. Strategi SWOT.....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	11
Gambar 2. Logo Coffee Shop House of Mooja.....	50
Gambar 3. Ruangan Indoor House of Mooja.....	51
Gambar 4. Konten Instagram House of Mooja.....	53
Gambar 5. Ruangan Indoor House of Mooja.....	54
Gambar 6. Tampilan Instagram House of Mooja.....	80
Gambar 7. Hasil Kalkulasi IFE dan EFE House of Mooja.....	92

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Interview Guide.....	117
----------------------------------	-----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan *Coffee Shop* saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat. Dengan semakin populernya bisnis *Coffee Shop* di Indonesia. Fenomena ini menyebabkan persaingan di industri *Coffee Shop* menjadi semakin ketat, dengan banyaknya pemain yang berkompetisi untuk merebut pangsa pasar dan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan data dari Toffin dan Majalah Mix tahun 2020 peningkatan pembukaan gerai *Coffee Shop* yang terus bertumbuh dengan data pada tahun 2016 sebanyak 1083 gerai *Coffee Shop* dan terus bertambah pada tahun 2019 sebanyak 2937 gerai *Coffee Shop*. *Coffee Shop* bukan lagi sekadar tempat untuk minum kopi atau makan, tetapi telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat. *Coffee Shop* menjadi tempat untuk bersosialisasi, bekerja, bahkan melakukan pertemuan bisnis. Dalam konteks ini, peluang bisnis yang terbuka dan manfaat yang ditawarkan oleh *Coffee Shop* telah mendorong para pengusaha untuk membuka usaha baru dan dengan demikian menciptakan persaingan di antara mereka.

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang menjadi tren pusat setelah Jakarta. Hal itu disebabkan karena Kota Bandung menawarkan berbagai jenis hiburan wisata baik wisata sejarah, wisata alam, wisata belanja hingga wisata kuliner. *Coffee Shop* merupakan salah satu bisnis wisata kuliner yang marak di Kota Bandung. Sejak tahun 2019 perkembangan *Coffee Shop* meningkat pesat



akibat kebutuhan masyarakat, terutama mahasiswa yang menjadikan *Coffee Shop* sebagai tempat berkumpul dan mengerjakan tugas. Terbukti berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, tercatat terdapat 227 *Coffee Shop* yang ada di kota Bandung pada tahun 2021. Banyak *Coffee Shop* yang menawarkan berbagai macam konsep atau ide-ide yang ditawarkan untuk para pelanggan. Pada umumnya, *Coffee Shop* menawarkan penyajian makanan dan minuman yang bersifat ringan dan apabila dilihat dari harga, cenderung lebih murah dan dapat dijangkau oleh semua kalangan. Menurut data *International Coffee Organization (ICO)*, konsumsi kopi di Indonesia mencapai 300 juta kilogram pada periode 2020/2021. Jumlah pada periode tersebut meningkat sampai 4,04% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 288 juta kg. Dengan adanya perkembangan tersebut maka dibutuhkan sebuah strategi di *Coffee Shop* sendiri.

Keberadaan *Coffee Shop* telah memperoleh tempat yang istimewa dikalangan masyarakat, sehingga pelanggan cenderung memilih *Coffee Shop* yang mengikuti tren terkini. Seperti suasana tempat yang menawarkan konsep industrial atau juga menawarkan konsep estetik. Ditambah dengan persaingan menu yang ditawarkan oleh setiap *Coffee Shop*. Oleh karena itu, para pelaku usaha *Coffee Shop* dituntut untuk terus bersaing dan berinovasi dengan mengembangkan ide usaha yang kreatif dan unik.

Di kawasan Sukajadi, persaingan *Coffee Shop* semakin ketat mengingat wilayah ini juga sering dilalui oleh wisatawan yang berkunjung ke Bandung, terutama dengan adanya Mall *Paris Van Java* yang menjadi tujuan populer. Selain itu, Sukajadi juga merupakan jalur utama menuju kawasan Lembang. Terdapat lebih dari 10 *Coffee Shop* yang beroperasi di daerah Sukajadi, menambah intensitas persaingan di antara para pelaku industri tersebut. Dalam konteks ini, penelitian strategi bisnis House of Mooja menjadi sangat penting untuk memastikan kelangsungan dan keberhasilan bisnis mereka di tengah persaingan yang semakin sengit dan tuntutan konsumen yang semakin tinggi.

<b>Daftar Coffee Shop Sukajadi</b>	<b>Alamat</b>	<b>Harga</b>
Haloa Coffee and Eatery	Jl Cipedes Tengah No 198, Sukajadi	Rp. 50.000 - Rp. 100.000 /orang
Kilogram	Jl. Karang Tinggal No. 24, Sukajadi, Bandung	Di bawah Rp. 50.000 /orang
Eighteen Coffee	Jl. Cemara No. 46, Sukajadi, Bandung	Rp. 50.000 - Rp. 100.000 /orang
Nomadic	Jl. Jurang No. 94, Sukajadi, Bandung	Di bawah Rp. 50.000 /orang
Repeat A.M	Jl. Sederhana No. 87-89, Sukajadi, Bandung	Di bawah Rp. 50.000 /orang
Temani Senja	Jl. Sukagalih No. 68, Sukajadi, Bandung	Di bawah Rp. 50.000 /orang

May.co Coffee	Paris Van Java, Lantai Upper Ground (Glamour Level), Jl. Sukajadi No. 137-139, Sukajadi, Bandung	Di bawah Rp. 50.000 /orang
Koffie Paste	Jl. Sindang Sirna No. 12, Sukajadi, Bandung	Rp. 50.000 - Rp. 100.000 /orang
Mendjamu	Jl. Sukaresmi No. 5, Sukajadi, Bandung	Rp. 50.000 - Rp. 100.000 /orang
The People's Coffee	Paris Van Java, Lantai Ground (Resort Level) Jl. Sukajadi No. 137 - 139, Sukajadi, Bandung	Rp. 100.000 - Rp. 200.000 /orang
Bakerzin	Paris Van Java, Lantai Ground (Resort Level) Jl. Sukajadi No. 137 - 139, Sukajadi, Bandung	Rp. 100.000 - Rp. 200.000 /orang
Djournal Coffee	Paris Van Java, Lantai Ground (Resort Level) Jl. Sukajadi No. 137- 139, Sukajadi, Bandung	Rp. 50.000 - Rp. 100.000 /orang

Tabel 1. Daftar Coffee Shop di Wilayah Sukajadi

Sumber : (Pergi Kuliner, 2022)

House Of Mooja yang berada di Jl. Sukagalih, Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat merupakan salah satu *Coffee Shop* yang berada di daerah Sukajadi dan berdiri sejak tahun 2020. Konsep dari tempat House Of Mooja sendiri dikhususkan untuk pelanggan yang ingin mencari tempat yang tenang untuk sekedar mengerjakan tugas atau berkumpul dengan teman yang jumlahnya tidak banyak. Tempat dari House Of Mooja sendiri memiliki beberapa fasilitas seperti wifi, Toilet, musholla, ruangan full smoking, dan tempat parkir. House of Mooja dapat dikatakan sebagai tempat dengan suasana yang nyaman dan tenang.

Selama beroperasi, House Of Mooja memiliki menu favorit seperti Es Kopi Mooja, *mocktail*, *rebecca*, *Curry*. Untuk memudahkan pelanggan, House of Mooja menyediakan dua opsi transaksi, yaitu melalui kunjungan langsung ke tempat atau melalui platform pemesanan online seperti *GoFood*. Selain itu, House of Mooja juga berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dengan menjalin hubungan yang baik dan mengutamakan kenyamanan mereka. Namun, salah satu masalah yang dihadapi oleh House of Mooja terletak pada strategi bisnis. Pemilik usaha sendiri yang mengurus seluruh aspek. Selain itu, House of Mooja juga menghadapi kesulitan dalam mengikuti tren terkini. Kondisi ini menunjukkan perlunya pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif bagi House of Mooja untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Dalam dunia bisnis yang penuh dengan persaingan ketat, niat untuk mendapatkan konsumen menjadi faktor penting bagi kesuksesan perusahaan. Sama halnya dengan House of Mooja yang menghadapi tantangan dalam strategi bisnis mereka yang tidak sejalan dengan tren zaman dan persaingan di pasar. Dalam era yang terus berkembang ini, di mana tren dan preferensi konsumen berubah dengan cepat, penting bagi sebuah merek untuk tetap relevan dan dapat memahami kebutuhan pasar. Namun, House of Mooja tampaknya tertinggal dalam hal ini. Mereka perlu meningkatkan pemahaman mengenai tren terkini dan perilaku konsumen agar dapat mengembangkan strategi bisnis yang efektif. Yang membedakan House Of Mooja dengan *Coffee Shop* lainnya adalah House Of Mooja lebih mendekati diri dengan para pelanggan dimana pergerakan ini memiliki nilai tambah yaitu hubungan yang semakin erat dengan para konsumen. Namun, disatu sisi pergerakan yang dijalankan oleh House Of Mooja menjadi stagnan. House Of Mooja menjadi sedikit mengabaikan strategi bisnis yang mengikuti trend zaman sekarang dari para pesaingnya.

House of Mooja juga sedang menghadapi persaingan yang semakin kompetitif dengan ditandainya banyak *Coffee Shop* lainnya di daerah Bandung yang mulai menunjukkan berbagai macam ciri khas dan penawaran dari setiap menu dan promo yang menarik perhatian pelanggan serta suasana tempat yang ditawarkan. Khususnya di daerah Sukajadi semakin banyak *Coffee Shop* yang mulai mengembangkan strateginya dalam upaya menarik minat

konsumen yang semakin mempersulit situasi. House of Mooja harus mampu menghadapi persaingan ini dengan penawaran produk dan layanan yang unik, menarik, serta sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, melalui penelitian ini, diharapkan House of Mooja dapat mengembangkan strategi bisnis yang efektif, menargetkan segmen pasar yang tepat, dan menyampaikan pesan yang menarik dan sesuai dengan nilai-nilai pelanggan.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada dan merancang strategi bisnis yang efektif bagi House of Mooja. Strategi tersebut diharapkan dapat membantu House of Mooja dalam mengatasi persaingan yang semakin meningkat dan meningkatkan daya saingnya di pasar. Dengan penelitian ini, diharapkan House of Mooja dapat mengoptimalkan potensi bisnisnya dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mengembangkan strategi bisnis secara keseluruhan. Dengan menganalisis data dan mendapatkan wawasan yang mendalam tentang perilaku konsumen dan sumber daya yang ada, House of Mooja dapat mengoptimalkan alokasi sumber daya mereka, meningkatkan retensi pelanggan. Terakhir, penelitian ini diharapkan dapat memberikan peluang bagi House of Mooja untuk mengidentifikasi peluang baru, mengembangkan produk atau layanan baru, dan memperluas pangsa pasar mereka. Dengan membangun fondasi yang kuat melalui penelitian ini, House of Mooja dapat mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dalam jangka panjang.

## 1.2 Identifikasi Masalah

House of Mooja, sebuah Coffee Shop yang berdiri sejak 2020, terletak di Jl. Sukagalih, Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat. Dalam persaingan di Bandung yang memiliki banyak pesaing sejenis, House of Mooja harus mampu bertahan dan terus bersaing. Pendekatan kepada pelanggan, harga terjangkau, kualitas terbaik, suasana tempat yang nyaman, mempertahankan cita rasa yang disukai pelanggan, serta pengembangan menu, merupakan strategi yang membuat House of Mooja menjadi tempat populer untuk berkumpul dan bekerja. Akan tetapi, House Of Mooja harus terus mengembangkan strategi bisnis mereka agar terus bisa bersaing dengan para pesaing. Oleh karena itu, House of Mooja memerlukan strategi jangka panjang dan jangka pendek agar dapat bersaing di industri Coffee Shop yang semakin ketat, terutama di Bandung.

Dari kajian yang sudah dipaparkan diatas, terdapat rumusan masalah yaitu “Bagaimana rancangan strategi bersaing yang dapat diterapkan oleh House Of Mooja untuk menghadapi para pesaing dengan menggunakan analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan ?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan di atas, maka yang menjadi tujuan penulisan ini adalah menyusun rancangan strategi untuk HouseOf Mooja berdasarkan analisis lingkungan Internal dan eksternal.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah beberapa kegunaan penelitian ini :

### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi penulis untuk menambah wawasan serta menguji sejauh mana pengetahuan yang didapatkan selama menjalani pendidikan di Universitas. Selain itu, penulis berharap dengan adanya pengimplementasian secara langsung akan membantu penulis dalam memahami pengaruh strategi pemasaran pada kehidupan sehari-hari.

### 2. Bagi Organisasi

Penelitian ini diharapkan dapat membantu House Of Mooja agar dapat mengetahui strategi yang dapat diterapkan secara nyata.

### 3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian mengenai strategi pemasaran. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta wawasan bagi peneliti berikutnya.

## 1.5 Objek Penelitian



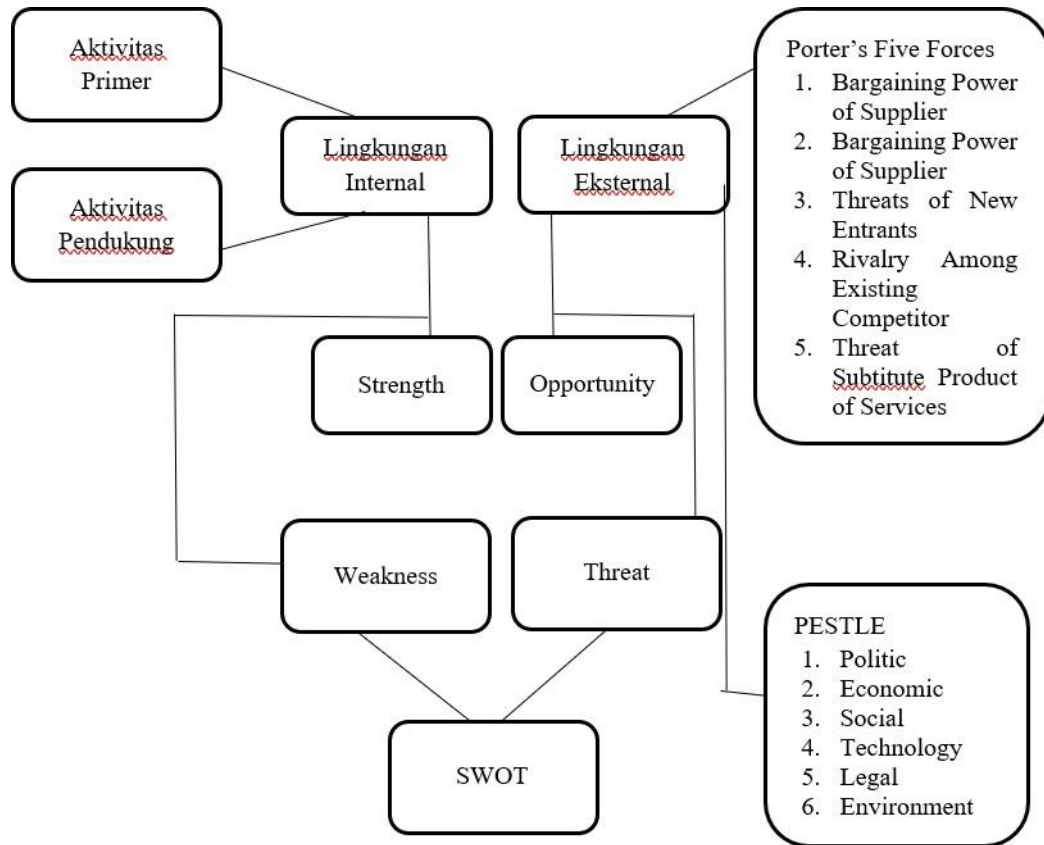
Objek dari penelitian ini ialah House of Mooja yang telah berdiri sejak tahun 2020 yang berlokasi di Jl. Sukagalih No. 104, Sukagalih, Kec. Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat. House Of Mooja merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada bidang Food & Beverage yang lebih berfokus pada produksi kopi.



House Of Mooja yang berlokasi di Bandung sudah berdiri sejak tahun 2020. Camila Azyati selaku pemilik dari House Of Mooja memiliki latar belakang pendidik sekolah manajemen bisnis dan ingin mengimplementasikan apa yang sudah dipelajari selama kuliah ke lapangan langsung.

House Of Mooja sendiri dari segi tempat menerapkan ruangan yang full indoor dan juga ruangan yang full smoking akan tetapi ruangan tersebut juga memiliki banyak ventilasi yang tidak menyebabkan pengap atau panas. Dari tampak luar, House Of Mooja juga memiliki lahan parkir yang cukup memadai dimana lahan parkir untuk mobil dipisahkan dari motor. Untuk lahan parkir mobil sendiri bisa mencakup sampai 3 mobil, sementara untuk motor sendiri bisa mencakup sampai 10-15 motor. Untuk lebih rincinya, ruangan pada House Of Mooja sendiri terdiri atas ruangan indoor, semi outdoor dengan tambahan fasilitas seperti wifi, tempat duduk serta meja, kamar mandi, dan juga lahan parkir

## 1.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Sumber : Data Olahan Penulis