



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

**Perancangan Strategi Bisnis Arnold Dimsum di Kota
Bandung**

Skripsi

Oleh

Ivan Adi Bhaskara Sutanto

6081801006

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

**Perancangan Strategi Bisnis Arnold Dimsum di Kota
Bandung**

Skripsi

Oleh

Ivan Adi Bhaskara Sutanto

6081801006

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

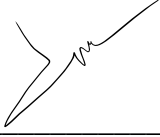
Nama : Ivan Adi Bhaskara Sutanto
Nomor Pokok : 6081801006
Judul : Rancangan Strategi Bisnis Untuk Arnold Dimsum di Kota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada (31 Januari 2024)
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji


Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Daniel Karim, S.IP., MM.

: 

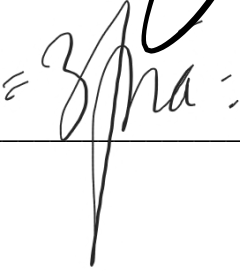
Sekretaris

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

: 

Anggota

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. M.M., M.Phil.

: 

Mengesahkan,
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



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

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ivan Adi Bhaskara Sutanto

NPM 6081801006

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Perancangan Strategi Bisnis Arnold Dimsum di Kota Bandung

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, 9 Januari 2024



Handwritten signature of Ivan Adi Bhaskara Sutanto.

Ivan Adi Bhaskara Sutanto

ABSTRAK

Nama : Ivan Adi Bhaskara Sutanto
NPM : 6081801006
Judul : Perancangan Strategi Bisnis untukm Arnold Dimsum di Kota Bandung

Tujuan mendasar dari penelitian ini adalah untuk menciptakan strategi kompetitif yang dapat diterapkan Arnold Dimsum dengan menganalisis lingkungan internal dan eksternalnya. Agar perusahaan ini dapat terus berhasil dalam menghadapi lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, khususnya di wilayah Kota Bandung, maka perusahaan harus mengurangi kekurangan yang ada, mengoptimalkan kelebihan yang dimiliki, dan mengembangkan berbagai ide baru.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode studi kasus yang dipadukan dengan gaya analisis deskriptif untuk analisis. Peneliti menggunakan wawancara dan analisis dokumen sebagai metode pengumpulan data. Selanjutnya, dalam hal ini mengolah data menggunakan analisis PESTEL, *Porter Five Forces*, Rantai Nilai, Evaluasi Faktor Internal, Evaluasi Faktor Eksternal, dan Kuadran SWOT untuk membuat rencana yang dapat diterapkan oleh Arnold Dimsum.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Arnold Dimsum harus mengadopsi strategi yang mengarah pada “*Best Cost Provider*”. Pasalnya, dengan memenuhi ekspektasi pelanggan berdasarkan beberapa poin utama, antara lain peningkatan kualitas, pelayanan, karakteristik, dan penampilan dengan tetap memperhatikan harga jual yang terjangkau, maka strategi yang ditawarkan memungkinkan bisnis semakin baik dalam menyampaikan nilainya kepada pelanggan. skala yang lebih luas.

Dengan menerapkan pendekatan ini, bisnis akan berada dalam posisi yang lebih baik untuk meningkatkan kualitas dan memberikan barang dan jasa terbaik kepada konsumen di masa depan. Selain peningkatan kualitas, dunia usaha juga akan menjadi lebih sadar bagaimana tetap kompetitif dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif. Selain itu, perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari pangsa pasar yang lebih besar, yang memungkinkannya meningkatkan pengenalan merek. Strategi ini pada hakikatnya akan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk secara konsisten mengungguli pesaingnya di pasar yang sangat kompetitif.

Kata Kunci: *Perancangan Strategi, Value Chain, PESTLE, Porter Five Forces, SWOT*

ABSTRACT

Name : Ivan Adi Bhaskara Sutanto

Student ID : 6081801006

Title : Business Strategy Design for Arnold Dimsum in Bandung City

The fundamental aim of this research is to create a competitive strategy which Arnold Dimsum can apply by analyzing its internal and external environment. In order for this company to continue to be successful in facing a very competitive business environment, especially in the Bandung City area, the company must reduce existing shortcomings, optimize its strengths, and develop various new ideas.

This research uses a case study method approach combined with a descriptive analysis style for analysis. Researchers used interviews and document analysis as data collection methods. Furthermore, in this case, we process the data using PESTEL analysis, Porter's Five Forces, Value Chain, Internal Factor Evaluation, External Factor Evaluation, and SWOT Quadrant to create a plan that can be implemented by Arnold Dimsum.

The findings in this research indicate that Arnold Dimsum must adopt a strategy that leads to "Best Cost Provider". The reason is, by meeting customer expectations based on several main points, including improving quality, service, characteristics and appearance while still paying attention to affordable selling prices, the strategy offered allows businesses to better convey their value to customers. wider scale.

By implementing this approach, businesses will be in a better position to improve quality and provide the best goods and services to clients in the future. In addition to this quality improvement, the business world will also become more aware of how to remain competitive and develop in a highly competitive business environment. Additionally, the company will benefit from a larger market share, allowing it to increase brand recognition. This strategy will essentially affect the company's ability to consistently outperform its competitors in a highly competitive market.

Keyword: Strategy Design, Value Chain, PESTLE, Porter Five Forces, SWOT Analysis

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan kasih sayang berkahnya yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir yang berupa skripsi berjudul “Perancangan Strategi Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Arnold Dimsum di Kota Bandung”. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk melengkapi prasyarat meraih gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

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.

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. Ismail Agung Saputro dan Raffif selaku pemilik dari Arnold Dimsum yang telah memberikan Informasi mengenai Arnold Dimsum serta menyambut saya dengan hangat dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ryan David Christiawan Lewi dan Hizkia Julius Prayoto yang telah menemani dan memberikan semangat, motivasi, masukan, hiburan, serta doa untuk saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Aqilla Nursukma Rismayandi selaku teman terdekat penulis yang menemani, membantu, dan memberikan motivasi saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman saya Alexander Berlian Nugroho, Yogi Adi Saputra, dan Ari Ramadhan yang menemani dan membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini

10. Seluruh teman-teman Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis dan teman-teman lain yang tidak dapat saya sebutkan yang juga sudah membantu serta mendampingi saya dalam proses penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Berpikir.....	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Definisi Strategi.....	9
2.1.1 Strategi Generik.....	11
2.1.1.1 Low Cost Leadership Provider.....	11
2.1.1.2 Broad Differentiation Strategy.....	12
2.1.1.3 Focus Strategy.....	12
2.1.2 Strategi Generik Modern.....	13
2.1.2.1 Focused low-cost strategy.....	13
2.1.2.2 Focused differentiation strategy.....	14
2.1.2.3 Best Cost Provider Strategy.....	14
2.1.1.4 Focus Differentiation Strategy.....	15
2.2 Analisis Lingkungan Industri.....	15
2.2.1 Analisis Lingkungan Internal.....	16
2.2.1.1 Value Chain Analysis.....	17
2.2.1.2 Matrix Internal Factor Evaluation.....	21
2.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	23
2.2.2.1 PESTLE.....	24
2.2.2.2 Porter's Five Forces.....	26
2.2.2.3 External Factor Evaluation.....	30
2.3 SWOT Analysis.....	31
2.3.1 SWOT Matrix.....	33

2.3.2 Analisis Kuadran SWOT.....	34
2.4 Metode Penelitian.....	36
2.4.1 Proses Pengumpulan Data.....	37
2.4.2 Tabel Operasional Variabel.....	39
BAB III.....	55
HASIL DAN TEMUAN.....	55
3.1 Objek Penelitian.....	55
3.1.1 Profil Perusahaan.....	55
3.1.2 Sejarah Singkat.....	56
3.1.3 Visi dan Misi.....	57
3.1.4 Struktur Organisasi.....	57
3.1.5 Produk.....	58
3.2 Analisis Strategi Arnold Dimsum.....	60
3.3 Analisis Lingkungan Internal.....	61
3.3.1 Value Chain Analysis.....	61
3.4 Analisis Lingkungan Eksternal.....	64
3.4.1 Five Forces Analysis.....	65
3.4.2. PESTLE.....	68
3.5 Analisis SWOT.....	74
3.5.1 Analisis Matriks SWOT.....	76
3.5.2 Rancangan Strategi.....	81
BAB IV.....	84
PENUTUP.....	84
4.1 Kesimpulan.....	84
4.2 Saran.....	86
4.3 Implikasi.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir.....	8
Gambar 2.1 Value Chain Analysis Model.....	18
Gambar 2.2 Porter's Five Forces.....	28
Gambar 2.3.1 SWOT Matrix.....	33
Gambar 2.3.2 Kuadran SWOT.....	34
Gambar 3.1 Logo Arnold Dimsum.....	55
Gambar 3.2 Suasana Arnold Dimsum.....	56
Gambar 3.3 Struktur organisasi.....	57
Gambar 3.4 Diagram Pengguna Internet di Indonesia.....	71
Gambar 3.5 Kuadran SWOT.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pelaku Bisnis Dimsum di Kota Bandung.....	4
Tabel 2.1 Internal Factor Evaluation Matrix.....	22
Tabel 2.2 External Factor Evaluation Matrix (EFE).....	31
Tabel 2.3 Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.1 Menu Arnold Dimsum.....	58
Tabel 3.2 Tabel Analisis SWOT.....	75
Tabel 3.3 Tabel IFE.....	76
Tabel 3.3 Tabel EFE.....	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu bisnis yang berkembang pesat di Kota Bandung adalah bisnis *food and beverage*. Sejak awal perkembangan Bandung sebagai kota metropolitan modern di awal abad ke-20, restoran telah memainkan peran penting di kota ini. Di Kota Bandung, industri restoran berkembang seiring dengan industri jasa pariwisata. Kuantitasnya meningkat. Terdapat 782 rumah makan dan rumah makan pada tahun 2018, menurut data Susenas (Survei Sosial Ekonomi Nasional) yang diterbitkan Badan Pusat Statistik (BPS). Tercatat Kota Bandung Dalam Angka 2022 tercatat sebanyak 899 buah yang diterbitkan Badan Pusat Statistik Kota Bandung pada tahun 2019. Pada tahun 2020 ini akan meningkat menjadi 1.339 buah. Namun, industri restoran lambat pulih dari wabah Covid-19. Akibatnya, jumlah unit turun menjadi 1.234 unit pada 2021. Pandemi Covid-19 yang menghentikan aktivitas ekonomi masyarakat sejak 2020 menjadi sebab penurunan tersebut (Brilyana, 2022). Menurut data yang diberikan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, banyaknya Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia sampai pada saat ini telah mencapai 64.19 juta UMKM dengan kontribusi kepada Produk Domestik Bruto atau disingkat menjadi PDB 61,97% atau jika diuangkan akan senilai 8.573,89 triliun rupiah. Usaha Mikro Kecil Menengah juga memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia sebesar 97% dan dapat mengumpulkan sampai dengan 60,4% dari total

investasi (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021).

Dimsum, jajanan yang menjadi salah satu komponen penting dalam masakan Tionghoa, merupakan salah satu jajanan yang sedang berkembang saat ini. Karena semua kue dan makanan pembuka berada di bawah payung dim sum, jenisnya sangat bervariasi. Porsi kecil membuat dim sum ideal sebagai camilan, namun tidak masalah jika disantap sebagai hidangan utama. Dimsum sudah tercipta sejak zaman Dinasti Han atau pada abad 206 SM hingga ke Dinasti Yuan atau pada ke abad 14 M, dimsum dalam pelafalan kanton yang diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai makanan kecil. Sedangkan dalam Bahasa Mandarin disebutkan sebagai *dianxin* yang diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia sebagai “menyentuh hati” atau “sedikit dari hati”. Dimsum berbahan dasar daging babi, selalu disajikan pada tempat pengukus bambu agar makanan tetap panas pada saat disajikan dan biasa disajikan dengan secangkir teh hangat. Dimsum dengan sengaja dibuat dengan ukuran yang kecil agar dapat lebih mudah dimakan dengan satu kali suapan. Pada saat itu dimsum bukanlah makanan utama yang di makan melainkan hanya sebagai kudapan, atau pendamping secangkir teh (Bina Nusantara Mandarin Club, 2018).

Dalam beberapa tahun kebelakang, mengkonsumsi dimsum halal sudah menjadi bagian dari gaya hidup untuk mereka yang tinggal di kota kota besar seperti di Kota Bandung. Keistimewaan yang dimiliki dimsum ini merupakan daya tarik makanan tradisional dari Cina untuk bersaing dalam bidang kuliner di Indonesia. Banyak dari restoran dan pedagang yang menjual dimsum ramai

didatangi oleh konsumen, keunikan dari dimsum sendiri yang membuatnya disukai oleh para pecinta kuliner (Kompas.com, 2022).

Dimsum pada awalnya hanya dapat dikonsumsi pada restoran mewah atau restoran yang menyajikan menu masakan cina atau *Chinese food*, dan hotel dengan reputasi yang bagus dikarenakan bahan dasar pembuatan dimsum yang digunakan, dan disajikan dengan menggunakan boks yang terbuat dari bambu. Seiring dengan berjalannya waktu popularitas dimsum di Indonesia semakin meningkat dikarenakan rasanya yang cocok bagi masyarakat Indonesia, hal tersebut menjadi kesempatan bagi para pelaku usaha untuk menawarkan produk dimsum dengan harga yang terjangkau (Andriani, 2020).

Bisnis membuka kedai dimsum sedang ramai dan banyak dilakukan oleh masyarakat yang ingin memulai bisnis dengan modal yang relatif terjangkau, modal yang diperlukan oleh calon pemilik kedai dimsum dimulai dari Rp. 200.000,00 hingga jutaan rupiah, tidak sedikit pemilik kedai dimsum membuka kemitraan atau dapat disebut juga dengan *franchise*, fasilitas yang ditawarkan dari kemitraan ini berupa gerobak, peralatan yang diperlukan untuk memulai usaha, merek dari pemilik kedai dimsum, bahan baku, dan pelatihan karyawan, dengan modal yang sedikit tetapi dapat mendatangkan keuntungan yang besar maka banyak dari kalangan masyarakat tertarik untuk membuka kedai dimsum mereka sendiri (Sukmana, 2020).

Para pelaku usaha terus menerus melakukan berbagai upaya agar bisnis penjualan produknya meningkat dalam perkembangan bisnis kuliner yang begitu pesat. Dari memperhatikan Kualitas Produk, harga dan suasana kedai sangat

diperhatikan. Mempertahankan pelanggan adalah syarat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam dunia persaingan. Agar tujuan tersebut tercapai, para pelaku usaha berlomba-lomba untuk menciptakan sebuah produk-produk dengan kualitas yang baik dan sesuai dengan keinginan pelanggan serta suasana kedai dimsum yang berbeda. Namun tidak sedikit pelaku usaha kedai Dimsum ini di Kota Bandung, dengan banyaknya pelaku usaha kedai dimsum di kota bandung menyebabkan Persaingan menjadi lebih sulit oleh banyaknya orang yang memiliki minat dalam bisnis dan usaha kuliner, yang memaksa Arnold Dimsum untuk menggunakan rencana terbaik agar menang. Berikut merupakan daftar kompetitor yang berdekatan dengan Arnold Dimsum:

Tabel 1.1 Pelaku Bisnis Dimsum di Kota Bandung

Nama	Alamat	Kekuatan	Kelemahan
Kaybun Dimsum	Jl. Aceh No. 66, Sumur Bandung, Bandung	1. Memiliki Banyak variasi dim sum 2. Terdapat penjualan secara Online 3. Memiliki cabang yang banyak 4. Harga bersaing	1. Lokasi yang kurang strategis
Red Dimsum	Jl. Dipati Ukur, Lebak Gede, Kecamatan	1. Memiliki nama yang dikenal bagi masyarakat	1. Mengandalkan penjualan offline

	Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40112	sekitar 2. Lokasi usaha yang strategis 3. Harga Bersaing	
Berawal Coffee	Jl. Bagusrangin No.11, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132	1. Memiliki penjualan online 2. Memiliki inovasi produk berupa dimsum bakar 3. Memiliki lokasi yang strategis	1. Kurangnya variasi produk
DU Dimsum	Jl. H. Wasid No.11, Lebak Gede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132	1. Memiliki lokasi yang strategis 2. Harga bersaing 3. Produk bervariasi	1. Mengandalkan penjualan offline
Dimsum Sembilan Ayam	Jl. Pasir Kaliki No.170, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40173	1. Penjualan online 2. Menu yang lebih bervariasi 3. Memiliki lokasi yang strategis	1. Harga yang relatif mahal

Sumber : Olahan Penulis

Arnold Dimsum yang unggul dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya. Meskipun Arnold Dimsum telah memberikan harga produk yang rendah untuk menarik konsumen potensial, Arnold Dimsum tidak selalu menerima kunjungan selama hari kerja. Oleh karena itu, untuk menjawab fenomena tersebut, penulis ingin menyelidiki strategi apa yang cocok untuk digunakan oleh Arnold Dimsum.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang maka masalah utama pada fenomena ini:

1. Strategi apa yang sudah digunakan oleh Arnold Dimsum?
2. Bagaimana kondisi lingkungan internal di Arnold Dimsum?
3. Bagaimana kondisi lingkungan eksternal di Arnold Dimsum?
4. Apa rancangan strategi yang tepat untuk Arnold Dimsum?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Identifikasi masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi yang sudah digunakan oleh Arnold Dimsum.
2. Mengetahui kondisi lingkungan internal Arnold Dimsum.
3. Mengetahui kondisi lingkungan eksternal Arnold Dimsum.
4. Mengetahui rancangan strategi yang tepat untuk Arnold Dimsum.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

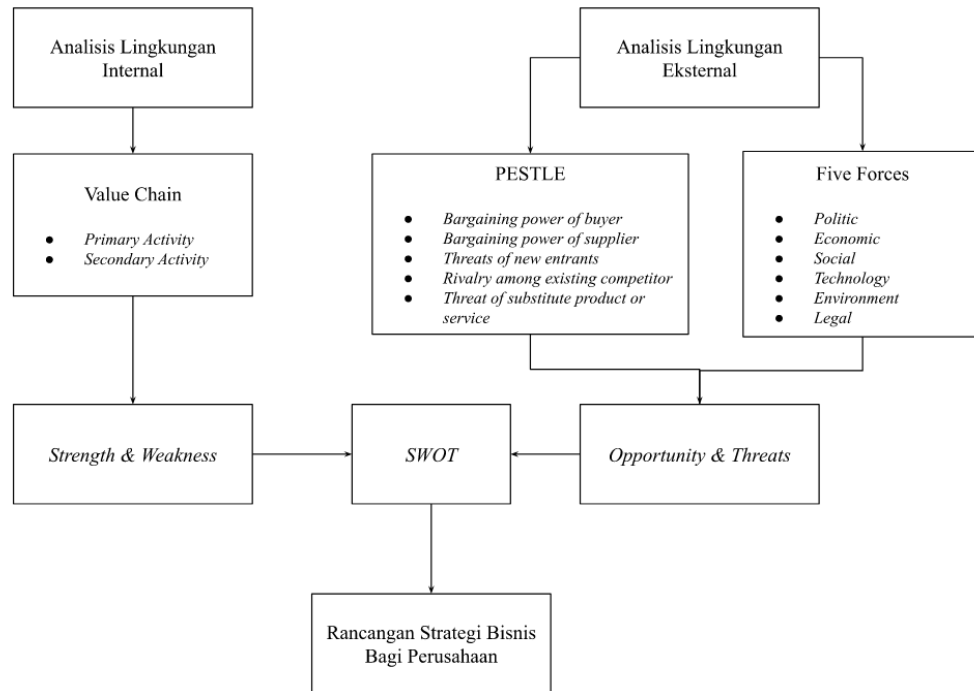
Membantu para pengusaha, khususnya yang berkecimpung di industri makanan dalam membuat rencana jangka panjang yang mampu mengurangi kelemahan dengan meningkatkan kekuatan dari industrinya dan menciptakan berbagai ide baru yang akan memajukan usahanya di masa depan.

2. Bagi Penulis

Dalam upaya meningkatkan kapasitas penulis dalam mempelajari dan memberikan gambaran bagaimana merancang strategi bersaing yang efektif bagi suatu perusahaan, maka penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengalaman penting.

1.5 Kerangka Berpikir

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan Penulis