



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Inovasi pada Dianti Daily

Skripsi

Oleh

Kintan Pavitari

2013320171

Bandung

2017



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Inovasi pada Dianti Daily

Skripsi

Oleh

Kintan Pavitari

2013320171

Pembimbing

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

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Kintan Pavitari
Nomor Pokok : 2013320171
Judul : Analisis Strategi Inovasi pada Dianti Daily



Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 17 Juli 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T. :

Sekretaris

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

Anggota

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. :

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.



Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Kintan Pavitari
NPM : 2013320171
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi Inovasi pada Dianti
Daily

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

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,



Kintan Pavitari

Abstrak

Nama : Kintan Pavitari
NPM : 2013320171
Judul : Analisis Strategi Inovasi pada Dianti Daily

Pangan merupakan kebutuhan pokok manusia. Tidak dapat dipungkiri, seiring dengan perkembangan zaman, manusia semakin sibuk dengan berbagai kegiatan sehingga membutuhkan asupan makanan yang sehat namun praktis. Melihat fenomena tersebut, pertumbuhan restoran dan rumah makan juga semakin tinggi. Dengan melonjaknya pertumbuhan restoran dari tahun ke tahun, para pelaku usaha restoran dan rumah makan dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif untuk tetap bertahan dalam industrinya. Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti dan menganalisis strategi inovasi pada sebuah restoran di kota Bandung, yaitu Dianti Daily. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui inovasi apa saja yang selama ini sudah dilakukan dan bagaimana arah pengembangan inovasi kedepannya pada restoran Dianti Daily.

Untuk mengetahui strategi inovasi pada restoran Dianti Daily, peneliti menggunakan metode penelian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif analitis, serta wawancara dan observasi sebagai teknik pengambilan data. Dengan demikian, peneliti dapat menemukan dan kemudian menganalisis fakta-fakta yang ditemukan langsung dilapangan dengan menggabungkan informasi yang didapat dari wawancara dengan pihak yang bersangkutan. Lebih lanjut, peneliti juga menganalisis faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan, SWOT, Matriks SWOT, analisis menggunakan teknik SCAMPER, serta analisis menggunakan *Competitive Profile Matrix* dan *Innovation Competitive Matrix* untuk mengetahui inovasi yang telah dilakukan perusahaan selama ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menganalisis bahwa inovasi yang dilakukan oleh perusahaan selama ini adalah inovasi dari aspek produk, pemasaran, dan proses produksi. Sedangkan inovasi dari aspek lain seperti organisasi, teknologi, model bisnis, dan keuangan belum banyak dilakukan. Dengan menggunakan teknik SCAMPER, dapat diketahui bahwa perusahaan memiliki kemungkinan tinggi untuk mengembangkan inovasi dengan teknik *substitute*, *combine*, dan *modify*. Sedangkan dengan *Innovation Competitive Matrix* diketahui bahwa perusahaan memiliki peluang untuk mengembangkan inovasi pada produk.

Demikian hasil analisis peneliti terhadap restoran Dianti Daily. Adapun beberapa saran yang peneliti rekomendasikan, seperti menambah variasi menu, memperluas jangkauan pemasaran, mengatur ulang sistem organisasi yang ada, dan menambah fasilitas yang dapat semakin memudahkan konsumennya.

Kata Kunci: Strategi Inovasi, Analisis SWOT, Matriks SWOT, Teknik SCAMPER

Abstract

Name : Kintan Pavitari
NPM : 2013320171
Title : Innovation Strategy Analysis of Dianti Daily

Food is one of the most important part of human nature. As time goes by, people nowadays are too busy with their own stuff and manage to have healthy simple food. From those phenomena, new restaurants are opening and trying to catch the opportunities throughout the demand. Regarding it, restaurants are obliged to be more creative and innovative if they want to still alive in the culinary industry. In this case, researcher is trying to see and analyze the innovation strategy of a restaurant in Bandung, friendly called Dianti Daily. By knowing the innovation that has been done from the start of Dianti Daily restaurant and how they manage to improve the innovation in the future is the purpose of this research.

To see how the strategy innovation manage by Dianti Daily, researcher is using qualitative method with analytical descriptive research, interview and observation as data retrieval technique. Therefore, researcher can see facts on the field and combine it with the information from the interview to analyze. Furthermore, researcher is analyzing external and internal factors of the company, SWOT, SWOT Matrix, analyze using SCAMPER technique, and also analyze using Competitive Profile Matrix and Innovation Competitive Matrix to know every innovation that has been done by this company.

Based on the research, researcher analyze the innovation that has been done by company all this time is innovating from the products, markets, and production process aspects. Meanwhile, innovation from other aspects such as organization, technology, business model, and finance haven't done much yet. Using SCAMPER technique, we can see that the company has high probability to develop innovation by using substitution, combination, and modification. Whereas with, Innovation Competitive Matrix are known that the company have opportunities to develop innovation in the product aspect.

That's all of the analysis done by the researcher to Dianti Daily restaurant. As for, there are some suggestion recommended by researcher, to Dianti Daily more variation to the menu, expand marketing reach, rebooting organization system that exist, and aDianti Daily facility that can make consumers easier.

Keywords: Innovation Strategy, SWOT analysis, SWOT Matrix, SCAMPER technique

Kata Pengantar

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena hanya atas rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Inovasi pada Dianti Daily” yang mengambil objek penelitian pada sebuah restoran di kota Bandung.

Penelitian ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata I Universitas Katolik Parahyangan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, jurusan urusan Ilmu Adminitrasi Bisnis yang bertujuan untuk mengetahui inovasi apa saja yang telah dilakukan perusahaan dalam bertahan di industrinya, serta mengetahui arah pengembangan inovasi yang dapat dilakukan perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Penelitian ini tidak lepas dari berbagai macam hambatan, rintangan, dan kesulitan, namun berkat bimbingan, nasihat, dukungan, dan kerjasama dari berbagai pihak, khususnya pembimbing dan narasumber.

Dalam penelitian ini pula tentunya tidak lepas dari banyak kekurangan dan keterbatasan, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan lancar.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. sebagai pembimbing skripsi. Terima kasih atas waktu, materi, dukungan, nasihat, dan kerjasama yang telah Ibu berikan selama ini. Semoga ilmu yang telah diberikan dapat bermanfaat untuk masa yang akan datang.
2. Kak Indri dan Dianti Daily sebagai narasumber dan objek skripsi. Terima kasih atas kesempatan yang diberikan untuk dapat belajar dan meneliti, serta mendapat wawasan-wawasan baru, khususnya di dunia kuliner. Semoga dapat bertemu di lain kesempatan.
3. Ati Yuliati dan Samuel Suwanto sebagai orang tua. Terima kasih atas segala dukungan moral maupun finansial yang telah diberikan selama ini. Peneliti mohon maaf atas segala kekurangan yang secara sengaja maupun tidak sengaja peneliti lakukan selama proses kuliah dan perantauan di Bandung. Terima kasih pula atas kepercayaannya kepada peneliti selama ini. Semoga peneliti dapat membalas semua kebaikan dan jerih payah yang telah dicurahkan dimasa yang akan datang.
4. Putri Intan Permatasari, Vanessa Maryll, dan Rahmania Wardhani sebagai sahabat-sahabat peneliti selama masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi yang terbaik dan selalu ada dalam kondisi apapun. Terima kasih untuk segala kritik dan saran yang membangun dan kejujurannya selama ini. Terima kasih untuk perjuangan bersama selama empat tahun dan nantinya akan lulus bersama untuk melanjutkan cinta dan cita. Semoga sukses untuk kita semua.

5. Gracia Wowor dan Philia Alethea sebagai sahabat peneliti. Terima kasih untuk segala bentuk dukungan dan cinta yang telah diberikan selama proses penelitian ini. Terima kasih untuk selalu menjadi pendengar yang baik. Semoga selalu ada waktu dan kesempatan untuk bertemu dan sukses untuk kita semua.
6. Olivia Bella dan Sara Riama Gloria sebagai sahabat peneliti selama masa perkuliahan. Terima kasih atas waktu dan dukungan selama ini. Terima kasih untuk selalu ada di waktu-waktu yang dibutuhkan. Semoga kedepannya tetap seperti ini dan sukses untuk kita semua.
7. Fadilah Nur Jannah, Gendys Kusuma, Stephanie Angeline, Adinda Gita, dan segenap sahabat di Universitas Katolik Parahyangan, khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang tidak dapat penulis sebutkan namanya sebagai sahabat peneliti selama di Bandung. Terima kasih untuk turut mengisi hari-hari peneliti selama perantauan di Bandung dan segala bentuk dukungan selama penelitian ini berjalan. Semoga dimanapun kalian berada nanti tetap dapat ingat masa-masa indah selama di Bandung.
8. Keluarga Arromanis Corner Store sebagai keluarga kedua peneliti selama perkuliahan di Bandung. Terima kasih untuk semua waktu, dukungan, doa, dan ilmu yang telah diberikan selama ini. Terima kasih pula untuk segala bentuk bantuan yang diberikan dalam proses penulisan skripsi. Semoga sukses untuk kita semua.
9. Bryan Kevin Tristany sebagai *partner* peneliti selama ini. Terima kasih atas segala bentuk dukungan, cinta, doa, dan waktu yang telah diberikan

10. selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih untuk selalu mendengarkan keluh kesah selama ini dan tidak pernah absen untuk menghibur. Ditunggu kelulusannya tahun depan dan semoga sukses.

Bandung, Juli 2017

Penulis

Daftar Isi

Abstrak.....	i
Abstract.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Definisi Strategi	10
2.2 Tipe-tipe Strategi	12
2.2.1 Strategi Manajemen	12
2.2.2 Strategi Investasi.....	12
2.2.3 Strategi Bisnis	12
2.3 Analisis Lingkungan	13
2.3.1 Analisis Lingkungan Eksternal	13
2.3.2 Analisis Five Forces Model	14
2.3.3 Analisis Lingkungan Internal.....	17
2.4 Segmentasi Pasar, Penetapan Pasar Sasaran, dan Penempatan Produk	19
2.5 Analisis SWOT	21
2.6 Matriks SWOT.....	21
2.7 Definisi Inovasi	22
2.8 Teknik SCAMPER.....	24
2.9 Competitive Profil Matrix (CPM).....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	29
3.2 Metode Penelitian	30

3.3	Sumber Data.....	30
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5	Teknik Analisis Data.....	32
3.6	Model Penelitian	38
BAB 4	OBJEK PENELITIAN	40
4.1	Profil Perusahaan	40
4.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	41
4.2.1	Visi Perusahaan.....	41
4.2.2	Misi Perusahaan	41
4.3	Informasi Perusahaan.....	41
4.3.1	Lokasi.....	41
4.3.2	Produk.....	42
4.4	Struktur Perusahaan	43
4.5	Tahap Perkembangan Perusahaan.....	48
BAB 5	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
5.1	Analisis Lingkungan Eksternal	50
5.1.1	Analisis 5 Forces Model	56
5.2	Analisis Lingkungan Internal.....	61
5.2.1	Segmenting, Targetting, dan Positioning.....	61
5.2.2	Lingkungan Internal Perusahaan.....	63
5.3	Analisis SWOT	70
5.4	Matriks SWOT.....	75
5.5	Inovasi yang telah dilakukan selama ini	83
5.6	Teknik SCAMPER.....	89
5.7	<i>Competitive Profile Matrix</i>	100
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
6.1	Kesimpulan	106
6.2	Saran	111
	Daftar Pustaka.....	115
	Lampiran	118

Daftar Tabel

Tabel 3.1 Matriks SWOT.....	33
Tabel 3.2 Matriks Profil Kompetitif	36
Tabel 4.1 Penjabaran Tugas Kerja	44
Tabel 5.1 Faktor Eksternal Perusahaan.....	55
Tabel 5.2 Five Forces Model of Competitions	60
Tabel 5.3 Matriks SWOT.....	75
Tabel 5.4 Inovasi.....	89
Tabel 5.5 Tabel SCAMPER.....	90
Tabel 5.6 CPM.....	100
Tabel 5.7 Matriks Inovasi	105

Daftar Gambar

Gambar 3.1 Five Forces Models of Competition.....	34
Gambar 3.2 PESTLE	37
Gambar 3.3 Model Penelitian	38
Gambar 4.1 Menu-Menu di Dianti Daily.....	42
Gambar 4.2 Bagan Struktur Perusahaan	43
Gambar 4.3 Bagan Tahap Perkembangan Perusahaan.....	48
Gambar 5.1 Paket Makanan selama Bulan Puasa 2017	85
Gambar 5.2 Liwet Botram Dianti Daily.....	86
Gambar 5.3 Dapur Bersih Dianti Daily	87
Gambar 5.4 Pemasaran Dianti Daily melalui media sosial Instagram.....	88

Daftar Lampiran

Lampiran 1	118
Lampiran 2	121
Lampiran 3	122

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pangan merupakan kebutuhan primer umat manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia akan pangan semakin meningkat pula. Meningkatnya kebutuhan manusia akan pangan mendorong para pelaku industri, khususnya di bidang kuliner untuk terus berkreasi dan berinovasi agar dapat bertahan. Dalam penelitian ini, peneliti memilih kota Bandung sebagai ruang lingkup penelitian. Alasannya, kota Bandung adalah Ibu Kota provinsi Jawa Barat yang semakin hari semakin berkembang, terutama dalam bidang pariwisata. Berdasarkan data yang didapat, berikut perkembangan restoran beserta jumlahnya dari tahun ke tahun.

Tabel 1.1 : Jumlah Restoran dan Kafe di Kota Bandung dari tahun 2009-2013

TAHUN	PERTUMBUHAN (%)
2009	5,20
2010	6,63
2011	7,33
2012	8,09
2013)*	5,18

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi tahun 2013)* Sampai dengan kuartal II tahun 2013

Tabel 1.2 Jumlah Restoran atau Rumah Makan menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat 2012-2015

Kabupaten/Kota	2012	2013	2014	2015
Bandung	445	452	461	469

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat

Berdasarkan data dari tabel 1.1, dapat dilihat bahwa pertumbuhan restoran dan kafe di kota Bandung naik turun jumlahnya. Seperti pada tahun 2012, pertumbuhannya naik sangat pesat, kemudian turun di tahun 2013. Hal tersebut membuktikan bahwa dunia kuliner sulit untuk diprediksi, namun jika melihat kecenderungan perilaku konsumen saat ini, industri restoran dan kafe di kota Bandung dapat terus meningkat setiap tahunnya. Dibuktikan dengan data dari tabel 1.2. Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa jumlah restoran dan rumah makan di kota Bandung memang terus meningkat.

Objek penelitian yang dipilih adalah sebuah restoran bernama Dianti Daily. Dianti Daily merupakan suatu bentuk pelebaran usaha yang berawal dari usaha berbentuk sebuah *catering* yang berlokasi di kota Bandung. Dianti Catering sudah berkecimpung dalam dunia kuliner sejak tahun 1990 dan namanya pun sudah terkenal di bidangnya. Nama Dianti sendiri diambil dari nama pemiliknya yaitu Rini Krisna Dianti. Seperti namanya, Dianti Catering hanya fokus melayani permintaan-permintaan dalam jumlah tertentu dan untuk acara-acara tertentu. Tak berbeda dengan *catering* lainnya, Dianti Catering juga memiliki banyak menu andalan yang menjadi *best seller* dengan tingkat permintaan tinggi dari

konsumennya. Kemudian oleh sang anak, Indri, tercetuslah sebuah ide untuk melebarkan sayap usaha Dianti Catering menjadi Dianti Daily.

Latar belakang yang menjadi alasan dibuatnya Dianti Daily sebenarnya sangat sederhana. Yaitu keinginan pemilik untuk mempertahankan eksistensi makanan dari Dianti Catering dengan wajah baru dan untuk mendapatkan penghasilan yang bersifat tetap. Penghasilan yang rutin sangat diharapkan karena akan sulit bertahan apabila hanya berpegang dengan konsep *catering* yang permintaannya tidak setiap hari. Melainkan hanya momen-momen dan acara-acara tertentu setiap bulannya. Sehingga muncullah ide Dianti Daily, yaitu sebuah usaha berkonsep restoran yang menjual makanan-makanan yang dijual juga di Dianti Catering namun dalam porsi satuan. Bermula pada tahun 2013, pemilik yang belum memiliki tempat untuk berjualan, memutuskan untuk menjajakan makanannya dengan sistem *online* melalui sosial media *twitter* dan dengan sistem pendistribusian *delivery service door to door*. Awalnya, menu yang dijual hanya satu jenis, yaitu nasi lidah saus keju, yang ternyata mendapat sambutan sangat positif dari konsumen pada saat itu dengan dapat menghabiskan lima puluh porsi pada hari pertama penjualan. Berbekal respon positif tersebut, pemilik mulai percaya diri dengan menambah jenis menu lain yang menjadi best seller di Dianti Catering untuk dijual juga di Dianti Daily seperti nasi dendeng balado.

Selain menjual produk makanannya melalui sosial media dengan sistem *delivery service*, Dianti Daily juga mulai rajin mengikuti *bazaar-*

bazaar makanan yang ada di kota Bandung. Ini merupakan salah satu strategi yang digunakan pemilik untuk membangun *brand awareness* dari Dianti Daily itu sendiri. Dimana semakin sering *brand*-nya muncul dalam acara-acara besar seperti *bazaar*, semakin besar pula tingkat eksistensi yang akan disandang. Terbukti dengan semakin naiknya nama Dianti Daily dikalangan pecinta kuliner, khususnya yang berada di kota Bandung. Kesuksesan Dianti Daily juga dibuktikan dengan dibukanya gerai tetap yang berlokasi di jalan wira angun-angun, Bandung. Dengan dibukanya gerai tetap ini, konsumen tidak perlu lagi menunggu *event-event* tertentu untuk menikmati kelezatan menu Dianti Daily, karena sudah dapat langsung mendatangi gerainya kapanpun diinginkan.

Masalah-masalah yang terjadi dalam Dianti Daily menjadi sangat menarik bagi peneliti untuk meneliti strategi inovasi yang digunakan. Dimana dalam rangka bertahan dalam berbagai industri yang ada, inovasi sangat diperlukan. Dengan mengetahui strategi inovasi yang benar, para pelaku bisnis dapat bertahan dalam industrinya. Strategi inovasi juga berbanding lurus dengan pesatnya perkembangan dunia bisnis dari hari ke hari. Selain dapat mengetahui strategi inovasi yang digunakan suatu perusahaan untuk bertahan dalam bisnisnya, dengan meneliti topik ini, peneliti juga dapat membantu perusahaan yang diteliti untuk mengembangkan inovasi yang sudah dilakukan sebelumnya untuk semakin berkembang.

Dianti Daily menjadi salah satu contoh nyata dari aplikasi strategi inovasi dari lingkup yang cukup sederhana namun memiliki pengaruh besar dalam bisnisnya. Salah satu strategi inovasi sederhana yang dilakukan oleh Dianti Daily adalah dapat menyulap menu-menu *best seller* dari bisnis sebelumnya yaitu Dianti Catering menjadi menu makanan yang inovatif dengan konsep *rice bowl*, dimana konsep seperti itu memang sedang digandrungi akhir-akhir ini. Selain inovasi yang dilakukan dengan produknya sendiri, Dianti Daily juga mengandalkan media sosial sebagai media penjualan yang sangat efektif. Media sosial dipilih karena Dianti Daily menyadari bahwa pengaruh sosial media seperti *twitter* dan *Instagram* sangat besar bagi target pasar yang dituju oleh Dianti Daily.

Keberadaan Dianti Daily dalam industrinya saat ini mungkin berada dalam posisi aman, karena walaupun banyak pesaing dengan ide sejenis yang bermunculan, namun konsistensi rasa dan menu yang terus bertambah masih menjadikan Dianti Daily berada didepan dibandingkan dengan usaha sejenis yang lain. Namun hal tersebut tidak lantas membuat pemilik Dianti Daily dapat bernafas lega. Pengembangan ide dan inovasi terus dituntut selama Dianti Daily masih berkecimpung dalam dunia kuliner yang dituntut untuk terus berubah mengikuti perkembangan zaman. Berdasarkan faktor-faktor diatas membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang perusahaan ini lebih dalam lagi, melihat perkembangan dunia kuliner nusantara, khususnya di kota Bandung terus meningkat setiap harinya.

Dengan demikian peneliti tertarik untuk meneliti fenomena yang terjadi pada perusahaan Dianti Daily terkait dengan strategi inovasi yang digunakannya untuk dapat bertahan dalam industri kuliner di kota Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti masalah yang dialami oleh perusahaan Dianti Daily terkait dengan strategi inovasi yang digunakan untuk bertahan dalam industri restoran dan kafe, terutama di kota Bandung. Dalam jurnal yang ditulis oleh Aulia & Ikhwana (2013), menurut Setiawan (2011) di dalam manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Termasuk didalamnya pengamatan lingkungan (eksternal maupun internal), perumusan strategi (perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, evaluasi, serta pengendalian. Bidang ilmu manajemen strategis menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) lingkungan dengan melihat kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan. Berdasarkan definisi menurut ahli diatas, peneliti akan mencoba untuk meneliti strategi inovasi yang dapat atau bahkan telah digunakan oleh Dianti Daily.

Berikut beberapa rumusan masalah yang akan berusaha untuk dipecahkan dalam penelitian ini:

1. Bagaimana analisis faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan dalam melakukan strategi inovasi?
2. Bagaimana strategi inovasi yang diterapkan oleh perusahaan untuk bertahan dalam industri yang digelutinya?
3. Bagaimana arah pengembangan inovasi berdasarkan analisis lingkungan perusahaan dan teknik SCAMPER?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan dalam melakukan strategi inovasi.
2. Mengetahui strategi inovasi yang diterapkan oleh perusahaan untuk bertahan dalam industri yang digelutinya.
3. Mengetahui arah pengembangan inovasi berdasarkan analisis lingkungan perusahaan dan teknik SCAMPER.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan penelitian ini, diharapkan hasilnya dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, seperti:

1. Bagi peneliti. Dengan penelitian ini diharapkan peneliti dapat mempelajari dan memperluas pengetahuan dalam lingkup strategi

inovasi. Selain itu, diharapkan peneliti dapat memiliki pikiran yang lebih terbuka dalam hal inovasi sehingga diwaktu mendatang dapat mempraktikan apa yang telah diteliti ke dalam praktik nyata, khususnya dalam dunia bisnis.

2. Bagi perusahaan yang diteliti. Kegunaan penelitian ini bagi perusahaan yang diteliti yaitu Dianti Daily adalah untuk mengetahui strategi inovasi yang paling tepat untuk diterapkan dalam menjalankan usahanya agar dapat tetap bertahan dan semakin berkembang di industrinya. Selain itu, penelitian ini juga berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan usaha Dianti Daily, dari kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang ada di perusahaan.
3. Bagi pihak lain. Pihak-pihak lain yang memungkinkan untuk mendapat manfaat dari penelitian ini adalah:
 - a. Perusahaan yang bergerak dalam industri sejenis. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi industri sejenis (kuliner) untuk mengetahui inovasi yang paling tepat yang harus dilakukan untuk dapat bertahan dalam industrinya.
 - b. Mahasiswa yang akan meneliti bidang yang sama. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi para akademisi, khususnya mahasiswa yang sedang melakukan penelitian dalam bidang yang sama sebagai bahan referensi.

- c. Pemerintah. Dengan penelitian ini, diharapkan pemerintah juga mendapat kegunaan sebagai bahan pertimbangan dalam membangun dan mengembangkan industri kuliner di Indonesia agar industri-industri kuliner di Indonesia memiliki wadah yang cukup untuk melakukan inovasi, sehingga pada akhirnya dapat ikut membantu menambah pendapatan perkapita negara.