



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 dan Efektivitas Strategi pada Panoramic Coffee
Lereng Anteng

Skripsi

Oleh

Marcellus Kevin

2011320091

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Marcellus Kevin
Nomor Pokok : 2011320091
Judul : Analisis dan Efektivitas Strategi pada Panoramic Coffee Lereng Anteng

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 17 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Nia Juliawati, Dra. M.Si.

: 

Sekretaris

Sanerya Hendrawan, Ph.D.

: 

Anggota

Gandhi Pawitan, Ph.D.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Marcellus Kevin

NPM : 2011320091

Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis dan Efektivitas Strategi pada
Panoramic Coffee Lereng Anteng

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 yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak manapun.

Bandung, 4 Juni 2018



Marcellus Kevin

ABSTRAK

Nama : Marcellus Kevin

NPM : 2011320091

Perkembangan ekonomi yang semakin pesat membuat banyak para investor tertarik untuk mendirikan sebuah perusahaan baru. Hal ini terjadi pada bisnis cafe di Indonesia. Selain karena perkembangan ekonomi yang semakin pesat, banyaknya cafe di Indonesia saat ini juga dipengaruhi oleh gaya hidup. Saat ini terutama di kota - kota besar dapat kita jumpai dengan mudah cafe di setiap sudut jalan. Masyarakat Indonesia saat ini banyak menghabiskan waktu luang di coffee shop. Hal ini memicu banyaknya jumlah cafe yang didirikan di Indonesia. Semakin banyaknya cafe yang tersedia membuat persaingan antar cafe pun semakin meningkat dan dibutuhkan strategi yang tepat agar cafe tersebut dapat bertahan menghadapi pesaingnya. Untuk membuat sebuah strategi yang tepat, pemilik cafe perlu mengetahui lingkungan di sekitar mereka yaitu lingkungan internal dan eksternal. Faktor - faktor lingkungan internal yang dimaksudkan adalah kekuatan dan kelemahan yang dimiliki sebuah cafe, sedangkan lingkungan eksternal yang dimaksud adalah faktor - faktor peluang dan ancaman yang dihadapi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan Lereng Anteng, faktor kunci sukses dan SWOT, serta efektivitas pada Lereng Anteng. Serta alternatif strategi yang digunakan untuk dapat terus bersaing

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi kasus. Data diperoleh dengan melakukan observasi dan wawancara secara langsung kepada pemilik Panoramic Coffee Lereng Anteng. Penulis akan menganalisis SWOT dan kemudian penulis akan mengidentifikasi faktor kunci sukses dalam bisnis cafe yang pada akhirnya dapat membantu Lereng Anteng dalam bersaing dan meraih keuntungan dalam bisnis ini.

Dari penelitian diketahui bahwa faktor kunci sukses dalam berbisnis coffee shop terdiri atas produk, konsumen, sdm, marketing, dan lokasi. Berdasarkan analisis SWOT penulis menemukan beberapa peluang dan ancaman yang akan mempengaruhi dalam persaingan bisnis cafe ini. Dari penelitian ini diketahui bahwa selama tahun 2016 dan 2017 silam, terjadi penurunan jumlah pengunjung yang berpengaruh ke pendapatan dari Lereng Anteng.

Berdasarkan hasil dan analisis data yang ditemukan, penulis memberikan saran berupa strategi stabilitas dengan cara meningkatkan efisiensi disegala bidang seperti SDM, promosi, quality manajemen, dan operasional.

ABSTRACT

Name : Marcellus Kevin

NPM : 2011320091

The rapid economy development has attracted many investors to establish a new company. This happens to cafe business in Indonesia. In addition to the rapid economic development, a lot of cafes in Indonesia is currently influenced by lifestyle. Nowadays especially in big city we can find easily cafe at every corner of road.. Indonesia people today spend a lot of time either working or hangout in the coffee shop. This triggered the number of cafes in Indonesia. The increasing number of cafes makes the competition between cafes and needed the right strategy for the cafe can survive against its competitor. To create the right strategy, cafe owners need to know external and internal environment. Internal environmental factors are the strengths and weaknesses of a cafe, while the external environment factors are opportunities and threats.

This research is to know the development of Lereng Anteng, key success factor and SWOT, and effectiveness Lereng Anteng. And also alternative strategies used to compete.

Research method used in this research is case study. Data obtained by doing observation and interview directly to the owner of Panoramic Coffee Place Lereng Anteng. The author will analyze the SWOT and then the authors will identify the key success factors in the cafe business than can help Lereng Anteng in competing and profitable in this business.

From the research the author know that the key success factor in the cafe business consist of product, consumer, marketing, and location. Based on SWOT the author found several opportunities and threats that will affect in this business competition. From this research during the year 2016 and 2017 ago, there was a decrease in the number of visitors and influenced the income from Lereng Anteng.

Based on the results and data analysis, the author provide advice in the form of stability strategies by increasing efficiency in all area such human resouces, promotion, management quality, and operational.

Keyword : key success factor, SWOT, cafe business, business

Kata Pengantar

Salam sejahtera untuk kita semua, puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, dan kesempatan serta penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis dan Efektivitas Strategi pada Panoramic Coffee Lereng Anteng”. Skripsi ini disusun dan dibuat sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung

Dalam penulisan skripsi ini penulis ingin mengucapkan terimakasih atas bimbingan, bantuan, motivasi, dan dukungan kepada pihak - pihak yang telah membantu dan mendukung selama penulisan skripsi ini, antara lain kepada :

1. Mami, Papi, dan keluarga terimakasih karena telah memberi semangat dan motivasi serta bantuan yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini
2. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D., selaku dosen pembimbing, terimakasih atas waktu, tenaga, bimbingan, bantuan, semangat, dan motivasi selama penulisan skripsi ini berlangsung
3. Ibu Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku Ketua Jurusan Program Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung
4. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M. Si., selaku dosen wali
5. Bapak Alvin selaku pemilik kafe, terimakasih atas bantuan informasi dan data yang diberikan

6. Christopher, Elfina, Amnesto, Andreas, Regina, Nikolaus, Daniel, dan semua teman - teman yang tidak dapat disebut satu persatu, terimakasih atas semangat dan doa kalian selama penulisan skripsi ini berlangsung.

7. Seluruh pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan, mengingat adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu dengan kerendahan hati dan sikap terbuka penulis bersedia menerima dan mengucapkan terimakasih atas masukan, kritik, dan saran, khususnya dari pihak pembaca dalam menyempurnakan skripsi ini.

Demikian prakata ini dibuat, penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi segala pihak yang membutuhkannya dan untuk memajukan ilmu pengetahuan di masa mendatang.

Bandung, 4 Juni 2018

Marcellus Kevin

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
DAFTAR ISI.....	i
BAB I.....	3
PENDAHULUAN.....	3
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
BAB II.....	11
KERANGKA TEORI.....	11
2.1 Konsep Strategi.....	11
2.2 Manajemen Strategi.....	11
2.3 Fungsi Manajemen Strategi.....	12
2.3.1 Strategy Formulation.....	12
2.3.1.1 Visi.....	13
2.3.1.2 Misi.....	13
2.3.1.3 Tujuan.....	13
2.3.1.4 Strategi.....	14
2.3.2 Strategi Implementation.....	16
2.3.1.1 Program.....	17
2.3.1.2 Anggaran.....	17
2.3.1.3 Prosedur.....	17
2.3.3 Strategy Evaluation and Control.....	17
2.4 Analisis Lingkungan Perusahaan.....	17
2.4.1 Analisis Lingkungan Internal.....	17
2.4.1.1 Aspek Pasar dan Pemasaran.....	18

2.4.1.2 Aspek Keuangan dan Akuntansi.....	18
2.4.1.3 Aspek Industri dan Operasi.....	19
2.4.1.4 Aspek Sumberdaya Manusia.....	19
2.4.1.5 Aspek Penelitian dan Pengembangan.....	19
2.7 Keberhasilan Usaha.....	28
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4 Teknik Analisis Data.....	36
3.5 Lokasi Penelitian.....	37
BAB 4.....	38
OBJEK PENELITIAN.....	38
4.1 Sejarah Panoramic Coffee Place Lereng Anteng.....	38
4.2 Profil Panoramic Coffee Place Lereng Anteng.....	39
4.2.1 Visi.....	40
4.2.2 Misi.....	40
BAB V.....	41
Hasil dan Pembahasan.....	41
4.1 Perkembangan Panoramic Coffee Lereng Anteng.....	41
4.2 SWOT dan Key Success Factor “Panoramic Coffee Lereng Anteng”.....	46
4.3 Evaluasi Strategi Panoramic Coffee Lereng Anteng.....	55
BAB VI.....	64
Kesimpulan dan Saran.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
Daftar Pustaka.....	67

Daftar Tabel

Table 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Table 2 Jumlah pengunjung Lereng Anteng.....	43
Table 3 Perbandingan jumlah pengunjung dan target pengunjung.....	45
Table 4 Pendapatan Lereng Anteng.....	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia erat kaitannya dengan makanan, hal ini disebabkan karena makanan merupakan kebutuhan primer manusia. Suatu daerah memiliki ciri khas makanan yang berbeda, untuk itu banyak orang rela menempuh jarak jauh hanya untuk mencicipi suatu makanan tertentu. seiring dengan perkembangan waktu, banyak orang berpikir untuk mendatangkan makanan khas suatu daerah ke daerah lainnya sehingga orang tidak perlu menempuh jarak yang jauh untuk mencicipi makanan tersebut. Hal ini merupakan suatu peluang bisnis yang amat menjanjikan sehingga membuat banyak investor tertarik untuk membangun bisnis dibidang kuliner dengan menyongsong ciri khas tertentu yang menyajikan makanan unik dari berbagai daerah.

Bisnis *kafe* dan restoran di suatu daerah wisata merupakan salah satu peluang bisnis yang menjanjikan untuk para investor berlomba menciptakan *kafe* dan restoran tematik yang unik untuk menarik minat pengunjung. Hal ini membuat persaingan dalam bisnis *kafe* dan restoran semakin ketat dari waktu ke waktu. Bandung merupakan salah satu kota tujuan utama pariwisata di Indonesia.

“TEMPO.CO, Jakarta – Popularitas Kota Bandung belakangan semakin menanjak dan menjadi salah satu pilihan tujuan wisata.”

Menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung, pada tahun 2015 jumlah wisatawan mencapai 5 juta wisatawan, yang meningkat dari 4 juta wisatawan pada tahun 2014. Selain terkenal sebagai kota kembang yang masih memiliki udara sejuk dan pemandangan yang indah, Bandung juga terkenal sebagai kota wisata kuliner. Bandung memiliki berbagai makanan enak dan unik yang dapat menarik minat wisatawan untuk datang ke Bandung. Pada saat ini banyak bermunculan *kafe* dan restoran yang berlomba-lomba menawarkan berbagai keunikan dan kenyamanan bagi pelanggannya sehingga persaingan bisnis *kafe* dan restoran di Bandung semakin ketat dan mendorong perusahaan untuk memiliki nilai (*value*) lebih agar dapat bersaing.

Salah satu Kafe dengan tema unik yang dapat dijumpai di Bandung, antara lain adalah Lereng Anteng yang berada di lereng bukit yang menawarkan keunikan dalam menyantap makanan sambil bersantai menikmati keindahan khas pegunungan. Penataan spot lainnya di kafe ini dibuat artistik dengan bangku - bangku kayu sehingga menimbulkan kesan *vintage*. Beberapa kafe dengan tema unik yang dapat dinikmati di Bandung antara lain, Warkop Modjok, One Eighty Coffee, Day & Nite Eatery Grocery, dll.

Warkop Modjok memiliki bangunan rumah kayu *vintage* berwarna pastel, lengkap dengan tumbuhan yang membuat para pengunjungnya seperti berada di rumah di cerita dongeng. One Eighty Coffe memiliki bangunan seperti rumah tua bergaya kolonial yang terdiri dari dua lantai yang pada lantai dasar memiliki kursi-kursi dan meja makan di tengah kolam dan dinding kaca yang memisahkan area indoor dan outdoor. Day & Nite Eatery Grocery memiliki

konsep yang tak kalah menarik yaitu menggabungkan suasana nature dan industrial menjadi satu dengan menggunakan beberapa kontainer besar sebagai bangunannya lengkap dengan beberapa tanaman disekitarnya, serta terdapat mini zoo yang berisi burung-burung yang lucu.

Seiring berjalannya waktu, semakin banyak pula kafe-kafe bertema unik lainnya yang akan muncul di Kota Bandung, hal ini membuat kafe-kafe yang lebih dulu berdiri di Kota Bandung untuk memiliki strategi agar dapat terus bersaing dengan kafe tematik lainnya.

Sampai saat ini Lereng Anteng menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan, itu dapat dilihat dari omset yang terus naik dari awal berdiri sampai saat ini. Salah satu faktor yang mendukung perkembangan Lereng Anteng adalah kafe pertama di kota Bandung yang mengusung konsep kafe panoramic coffee place. Selain pemandangannya yang bagus, Lereng Anteng juga memberikan suasana yang nyaman bagi para customernya dan juga pelayanan yang baik. Tetapi dengan perkembangan jaman saat ini sudah mulai banyak bermunculan kafe – kafe baru yang memakai konsep yang sama yaitu panoramic coffee place, oleh sebab itu dibutuhkan strategi agar Lereng Anteng dapat terus bersaing.

Setiap usaha selalu mempunyai ancaman dari pesaingnya, oleh sebab itu perusahaan harus menyadari peluang yang ada agar terus dapat bersaing dalam bisnis tersebut. Untuk melihat peluang yang dimiliki oleh perusahaan dapat menggunakan Key Success Factor sebagai tolak ukur untuk menentukan apa saja

keunggulan dan kelemahan perusahaan tersebut dan dapat memanfaatkan setiap kesempatan agar dapat bersaing.

Key success factor dibutuhkan setiap perusahaan agar perusahaan dapat bertahan dan berhasil sepenuhnya memanfaatkan peluang yang ada dan menghindari tantangan yang dihadapi perusahaan. Mengidentifikasi KSF dapat dimulai dari dua analisis, yakni:

1. Analisis konsumen dan permintaan

- Siapakah konsumen perusahaan ?
- Apakah yang konsumen inginkan ?
- Bagaimana cara konsumen tersebut memilih diantara perusahaan yang saling bersaing?

2. Analisis persaingan dalam industri

- Apakah faktor struktural utama yang memicu persaingan?
- Apakah dimensi utama dari persaingan?
- Sampai seberapa ketat persaingan terjadi?
- Bagaimana cara perusahaan memperoleh posisi persaingan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing?

Berdasarkan pengamatan penulis, dapat disimpulkan bahwa Lereng Anteng ditujukan bagi para remaja dan orang dewasa. Di mata konsumen, Lereng Anteng merupakan kafe yang memiliki daya tarik karena memiliki tempat unik yang berada di lereng bukit sehingga pengunjung dapat menyantap makanan sekaligus menikmati pemandangan yang indah dan udara yang sejuk. Seiring berjalannya

waktu membuat tingkat persaingan kafe tematik di Bandung semakin tinggi. Agar perusahaan dapat bertahan dan mengikuti perkembangan, dibutuhkan inovasi baru seperti menu baru maupun fasilitas baru yang unik, serta peningkatan pelayanan yang dilakukan secara berkala sehingga konsumen merasa terpuaskan dari waktu ke waktu. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengangkat judul penelitian “Analisis dan Evaluasi Strategi pada Panoramic Coffee Lereng Anteng”

1.2 Identifikasi Masalah

Lereng Anteng saat ini merupakan salah satu tempat wisata kuliner yang menarik baik bagi wisatawan Bandung maupun wisatawan dari luar Bandung. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengunjung yang datang terutama saat akhir pekan, sehingga kapasitas untuk pengunjungnya terus ditambah sampai saat ini. Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perkembangan “Panoramic Coffee Lereng Anteng” dari sejak berdiri sampai saat ini?
2. Apa saja yang menjadi SWOT dan *Key Success Factor* “Panoramic Coffee Lereng Anteng”?
3. Bagaimana efektivitas strategi yang digunakan oleh “Panoramic Coffee Place Lereng Anteng”?

1.3 Tujuan penelitian

Berikut adalah tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis *Key Success Factor* “Panoramic Coffee Lereng Anteng”.
2. Untuk mengetahui perkembangan “Panoramic Coffee Lereng Anteng” dari sejak berdiri sampai saat ini.
3. Untuk mengetahui efektivitas strategi yang digunakan oleh “Panoramic Coffee Lereng Anteng” agar dapat terus bersaing.

1.4 Kegunaan Penelitian

Ada beberapa kegunaan yang penulis harapkan dalam pembuatan karya tulis ini, diantaranya :

1. Bagi perusahaan

Mengetahui strategi – strategi yang menjadi kunci keberhasilan bagi perusahaan dan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan

2. Bagi penulis

Menambah pengetahuan mengenai strategi bisnis dalam menjalankan perusahaan. Selain itu juga, untuk melengkapi tugas akhir penyusunan skripsi di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

3. Bagi peneliti yang akan datang

Sebagai referensi untuk melakukan penelitian

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam mendirikan suatu bisnis, pengusaha dituntut untuk menetapkan beberapa faktor, yaitu visi, , tujuan jangka panjang, faktor kunci kesuksesan, dan strategi yang akan digunakan untuk melaksanakan bisnis tersebut. Menurut Wibisono (2006,43), visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita - cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Atau dengan kata lain visi merupakan pernyataan *want-to-be* dari organisasi atau sebuah perusahaan. Misi menurut Prasetyo dan Benedicta (2004,8) adalah realisasi yang akan menjadikan suatu organisasi mampu menghasilkan produk dan jasa berkualitas yang memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggannya. Menurut Wheelen sebagaimana dikutip oleh Wibisono (2006,46-47) misi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi yang memuat apa yang disediakan perusahaan kepada masyarakat, baik produk ataupun jasa. Sedangkan faktor kunci sukses menurut Brotherton, (2004:a; 2004:b) *critical success factors are those factors capable of providing the greatest competitive leverage upon which resorces should be focused*. Dengan kata lain, key success factor adalah faktor - faktor sumber daya yang sangat penting yang mampu membuat perusahaan unggul dalam bersaing dan dapat mencapai tujuannya.

Strategi menurut Hambrick dan Fredrickson (2001) adalah sesuatu yang terpusat, terintegrasi, secara eksternal berorientasi pada konsep bagaimana sebuah perusahaan akan mencapai tujuan - tujuannya. Lingkungan eskternal dapat dibagi menjadi 3 faktor yang saling berkaitan, antara lain faktor dalam lingkungan

industry, serta faktor internal organisasi. Bisnis merupakan sistem terbuka, menurut Kambey (2006, 40) sistem terbuka adalah sistem yang selalu berhubungan dengan lingkungan luarnya dan dipengaruhi oleh lingkungannya sehingga terjadi memberi dan menerima informasi, energi, dan materi - materi lingkungannya. Analisis lingkungan dapat dilakukan dengan analisis SWOT. Menurut David (Fred R. David, 2008,8) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.