



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

Strategi Pengembangan Produk pada Markas Café
Cirebon

Skripsi

Oleh

Indah Permatasari

2012320004

Bandung

2018



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

Strategi Pengembangan Produk pada Markas Café
Cirebon

Skripsi

Oleh

Indah Permatasari

2012320004

Pembimbing

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

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

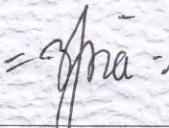
Nama : Indah Permatasari
Nomor Pokok : 2012320004
Judul : Strategi Pengembangan Produk pada Markas Café Cirebon

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 24 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

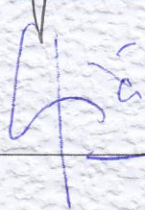
Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.



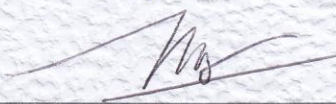
Sekretaris

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

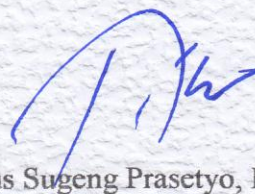


Anggota

Marihot Tua Effendi, Drs., M.Si.



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.

Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Permatasari

NPM : 2012320004

Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Strategi Pengembangan Produk pada Markas Café
Cirebon

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, 10 Juli 2018

Indah Permatasari

ABSTRAK

Nama : Indah Permatasari

NPM : 2012320004

Judul : Strategi Pengembangan Produk pada Markas Café

Di Indonesia bisnis café terus tumbuh subur karena dinilai sebagai bisnis menguntungkan dan patut di pertimbangkan. Saat ini produk dan jasa yang diberikan bukan menjadi satu-satunya faktor keberhasilan untuk bertahan dalam pasar, keahlian dan kreativitas juga diperlukan untuk memenangkan persaingan yang sangat kompetitif. Hal ini disebabkan oleh persaingan dalam bisnis café yang semakin ketat, salah satunya Markas café sebagai salah satu pelaku usaha di bisnis café di kota Cirebon.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah observasi, wawancara, penelitian ini juga menggunakan sumber data primer dan sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Markas café termasuk kedalam kategori strategi pertumbuhan. Hasil analisis dengan teknik QSPM, alternatif strategi paling baik yang dapat di implementasikan Markas café adalah strategi pengembangan produk. Penelitian ini menggunakan analisis PEST dan lima model kekuatan Porter untuk analisis eksternal perusahaan serta analisis RBV untuk analisis internal perusahaan. Selanjutnya peneliti menggunakan analisis SWOT dan matriks internal eksternal untuk menggambarkan strategi yang tepat bagi perusahaan. Saran yang diberikan penulis pada perusahaan dengan strategi pengembangan produk adalah dengan melakukan tahapan penciptaan produk baru serta dengan melakukan peningkatan kesuksesan inovasi produk. Selain itu berdasarkan strategi matriks SWOT ada beberapa saran untuk mempertahankan usaha perusahaan seperti, memperkuat promosi/pemasaran, menambah dan mengintensifkan promo produk maupun *event* menarik, serta dengan meninggikan tempat bisnis untuk mengatasi ancaman banjir.

Kata Kunci – Deskriptif kualitatif, observasi, strategi, QSPM, Café

ABSTRACT

Name : Indah Permatasari

NPM : 2012320004

Title : *Product Development Strategy of Markas café Cirebon*

In Indonesia café business continues to thrive because valued as a profitable business and worth to considered. Currently products and services provided are not the only success factors to survive in the market, expertise and creativity are also needed to win a very competitive competition. This is because competition in café business increasingly tight, Markas café is one of the café business in Cirebon, west java.

This study used qualitative descriptive method. Data collection techniques which used in this study is observation, interview, used primary and secondary data source.

The result of this study show that Markas café included in the growth strategy category. From analysis result of QSPM, the best alternative strategy which can be implemented by Markas café is product development strategy. This study used PEST analysis and Five Forces Model Porter for external analysis, and RBV for internal analysis. Furthermore, researcher used SWOT analysis and internal eksternal matrix to describe the right strategy for the company. Advice that given by researcher on the company with product development strategy is by doing the creation stages of new product and do improvements success of product innovation. Furthermore, based on SWOT matrix strategy there are some recommendation to maintain business, strengthen promotion or marketing, add and intensify products promo and interesting events, and also elevate café's building to prevent flooding.

Key words – Qualitative Descriptive, Observation, Strategy, QSPM, Café

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya dengan rahmatNya skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Produk Pada Markas Café Cirebon” di susun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

dalam proses penyelesaian studi hingga skripsi ini, penulis banyak memperoleh dukungan serta bantuan moril dari banyak pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, kepada :

1. Bapak Mangadar Situmorang, Ph.D. selaku rektor Universitas Katolik Parahyangan;
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik;
3. Bapak Dr. Aknolt Kristian Pakpahan selaku wakil dekan bidang Kemahasiswaan dan Alumni, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik;
4. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku ketua jurusan Ilmu Administrasi Bisnis;
5. Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB. selaku sekertaris jurusan Ilmu Administrasi Bisnis;
6. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan

bimbingan serta masukan kepada penulis dalam merampungkan penelitian ini;

7. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. yang selalu memberikan dukungan, saran dan masukan bijak, serta yang telah memberikan wawasan selama proses studi di Ilmu Administrasi Bisnis;
8. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. yang bersedia beberapa kali memberikan nasehat saat perwalian, serta yang telah memberikan wawasan selama proses studi di Ilmu Administrasi Bisnis;
9. Bapak Dr. Urip Santoso, Drs., S.E., M.M., AK., CA. dan ibu Justina Maria S., Dra., S.E., M.M., AK., CA. yang telah memberikan wawasan serta pengalaman berharga selama proses studi di Ilmu Administrasi Bisnis;
10. Ibu Tjia Lian Hwa, Dra. salah satu pengajar Fakultas Ekonomi yang telah memberikan wawasan, nasehat berharga pada penulis, terimakasih untuk kepedulian, keramahan, serta kebaikan yang tidak bisa penulis lupakan;
11. Seluruh tenaga pengajar program studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bahan pembelajaran selama proses perkuliahan;
12. Seluruh staf tata usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah banyak membantu penulis, baik dalam hal akademis maupun non akademis;
13. Bapak Sugito Rahardjo yang telah membantu penulis memperoleh izin untuk melakukan penelitian di Markas café;

14. Bapak Ivan selaku manajer Markas café yang telah bersedia memberikan waktu dan informasi sebagai bagian dari penyusunan penelitian;
15. Segenap karyawan Markas café yang telah membantu penulis dalam hal memberikan data serta informasi yang di butuhkan;
16. Mami dan Papi. Terutama mami, Legi Anis Yohana yang selalu memberikan Doa, kasih sayang, dukungan dan semangat pada penulis. Terimakasih untuk selalu mengusahakan apapun agar penulis bisa tetap kuliah.
17. Indriyani Permatasari, Ingrid Ivana Permatasari, dan Intan Ivena Permatasari, adik dan sahabat terbaik penulis yang tidak pernah berhenti dan selalu mendukung, membantu, dan memberikan semangat;
18. Agustina Sanora Wasitarini teman terbaik dari awal perkuliahan yang selalu ada untuk penulis dan membuat penulis nyaman selama berada di Bandung;
19. Asera Rumahorbo, Latifah Nuraeni, Beatrice Marella, Corellia Pradipta Pandega, yang telah mengisi keseharian serta memberikan dukungan, bantuan, dan semangat pada penulis;
20. Cia, Tessa, Nia teman satu kos yang menjadi teman pertama ketika penulis pertama kali tinggal di Bandung;
21. Bonnie dan Kenny yang tidak pernah gagal untuk menghibur penulis dengan banyak tingkah diluar nalar;

22. Monsta X yang dengan ajaib bisa menguatkan penulis melalui musik saat penulis melewati masa-masa sulit;
23. Seluruh teman-teman angkatan 2012 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan banyak kesan dan pengalaman;
24. Seluruh pihak yang telah membantu penulis selama proses studi hingga merampungkan skripsi, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu;

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan. Meskipun begitu, penulis telah berusaha untuk menyempurnakan skripsi ini berdasarkan data yang penulis dapatkan dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karenanya, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat menjadi bahan yang membantu dan bermanfaat bagi seluruh pihak yang membutuhkan.

Bandung, 10 Juli 2018

Penulis,

Indah Permatasari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR DIAGRAM.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Definisi Strategi	7
2.2 Tahap Pengembangan Produk Baru.....	8
2.3 Prinsip Untuk Meningkatkan Kesuksesan Inovasi Produk.....	10
2.4 Lingkungan Internal – <i>Resource Based View (RBV)</i>	16
2.5 <i>Lingkungan Eksternal Perusahaan</i>	17
2.5.1 PEST.....	17
2.5.2 <i>Five Forces Model Porter</i>	18
2.6 Devinisi SWOT.....	22
2.7 Definisi Matriks SWOT.....	25
2.8 Definisi Inovasi.....	26
2.9 Tipe Inovasi	26
2.10 Definisi Strategi Inovasi	27
2.11 Jenis Inovasi.....	27

BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis dan Metode Penelitian	28
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3 Teknik Analisis Data	29
3.3 Tahapan Penelitian.....	30
3.4 Objek Penelitian.....	31
BAB IV OBJEK PENELITIAN.....	32
4.1 Sejarah Perusahaan	32
4.2 Struktur Organisasi	34
4.4 Visi dan Misi.....	35
4.4.1 Visi	35
4.4.2 Misi.....	35
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	36
5.1 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal.....	36
5.1.1 Analisis Lingkungan Eksternal	36
5.1.2 Analisis Lingkungan Internal	54
5.2 Analisis SWOT Markas Café	60
5.3 Analisis Internal – Eksternal (IE Matriks).....	67
5.3.1 Matriks Faktor Strategi Internal	67
5.3.2 Matriks Faktor Strategi Eksternal	68
5.3.3 Matriks Internal Eksternal (IE Matriks).....	69
5.4 The Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).....	70
5.5 Analisis Pengembangan Produk Baru Markas Café	72
5.6 Analisis Prinsip untuk Meningkatkan Kesuksesan Inovasi Produk...	75
5.7 Strategi yang di Sarankan.....	78
5.7.1 Analisis Matriks SWOT	78
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
6.1. Kesimpulan	84
6.2. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Model Kekuatan Porter	22
Gambar 3.1 Matriks SWOT.....	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	34
Gambar 5.1 My Story Café.....	42
Gambar 5.2 My Story Café.....	42
Gambar 5.3 D’Forty.....	43
Gambar 5.4 D’Forty.....	44
Gambar 5.5 Garasi Café	45
Gambar 5.6 Garasi Café	45
Gambar 5.7 #Wkwk Café	46
Gambar 5.8 #Wkwk Café	47
Gambar 5.9 Warung Ndeso	48
Gambar 5.10 Warung Ndeso.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peranan PDRB Menurut Lapangan Usaha tahun 2012-2016 (%).....	3
Tabel 5. 1 Matriks Kompetitif.....	50
Tabel 5. 2 Matriks Faktor Strategi Internal Markas café	67
Tabel 5. 3 Matriks Faktor Strategi Eksternal Markas café.....	68
Tabel 5. 4 Matriks QSPM Markas café.....	71
Tabel 5. 5 Matriks SWOT.....	79

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 5. 1 Matriks Internal Eksternal Markas café	69
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern sekarang ini tempat untuk menghabiskan waktu luang demi menenangkan pikiran dari kepenatan akibat pekerjaan jenisnya beragam, dimana masyarakat modern cenderung memilih tempat bersantai yang dinilai efektif dan efisien. Mengingat singkatnya waktu yang dimiliki untuk bersantai serta banyaknya pekerjaan yang harus diselesaikan. Melihat adanya peluang dari kondisi tersebut, para pengusaha memanfaatkan kesempatan dengan mendirikan café sebagai salah satu pilihan tambahan. Mengutip artikel Merdeka.com yang mengatakan jika di Indonesia sendiri bisnis café tumbuh subur karena dinilai sebagai bisnis menguntungkan dan patut dipertimbangkan.

Pertumbuhan bisnis café di Indonesia dapat dikatakan pesat, karena ada lebih dari 10.000 café di Indonesia yang diperkirakan masih akan terus bertumbuh. Pada periode 2013-2018, total pendapatan untuk sektor café diperkirakan meningkat dari sebelumnya USD \$3,4 miliar menjadi USD \$4,16 miliar. Berdasarkan kutipan Merdeka.com tersebut James Boy selaku *General manager Reed Panorama Exhibitions* mengatakan, jika Indonesia merupakan pasar besar untuk bisnis café. Sebab, kelas menengah di Indonesia terus tumbuh, juga karena Indonesia mempunyai penduduk yang sangat banyak. Bukan hanya itu, beliau juga mengatakan jika pendapatan masyarakatnya terus tumbuh. Ini terus mendorong konsumsi kopi atau teh di café. Selain itu, perubahan gaya hidup

masyarakat Indonesia juga terus mendorong pertumbuhan usaha café. Terbukti sekarang ini banyak kalangan yang menjadikan café sebagai tempat untuk rapat bersama *client* dan bukan hanya untuk tempat *hang out*.

Dengan banyaknya pemain untuk usaha café, maka terjadi peningkatan persaingan antar perusahaan. Ketatnya persaingan bisnis café tersebut tidak hanya dirasakan dikota-kota besar, melainkan hingga kota kecil salah satunya kota Cirebon Jawa Barat. Terdapat cukup banyak pelaku bisnis café di kota Cirebon, menyebabkan pesaing dalam dunia kerja semakin banyak. Saat ini produk dan pelayanan yang diberikan bukan menjadi satu-satunya faktor keberhasilan untuk bertahan dalam pasar, namun keahlian serta kreativitas juga diperlukan untuk memenangkan persaingan yang sangat kompetitif.

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS kota Cirebon, untuk Katalog Produk Domestik Regional Bruto Kota Cirebon Menurut Lapangan Usaha 2012-2016, secara umum kegiatan ekonomi untuk industri café masuk kedalam kelompok ke-3 atau kelompok Tersier. Kelompok Tersier dikenal juga sebagai kategori jasa-jasa, yaitu kategori yang tidak memproduksi dalam bentuk fisik melainkan dalam bentuk jasa.

Tabel 1.1**Peranan PDRB Menurut Lapangan Usaha tahun 2012-2016 (%)**

Lapangan Usaha	2012	2013	2014	2015*	2016**
1	2	3	4	5	6
Primer	0,36	0,36	0,35	0,34	0,35
A. Pertanian, Kehutanan, Perikanan	0,36	0,36	0,35	0,34	0,35
B. Pertambangan dan Penggalian	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sekunder	22,40	22,12	22,54	22,33	22,02
C. Industri Pengolahan	10,40	10,30	10,69	10,55	10,48
D. Pengadaan listrik dan gas	1,10	1,13	1,03	0,97	0,90
E. Pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang	0,27	0,27	0,25	0,25	0,26
F. Konstruksi	10,62	10,42	10,57	10,56	10,38
Tersier	77,24	77,52	77,11	77,33	77,63
G. Perdagangan besar dan eceran ; Reparasi mobil dan sepeda motor	33,97	33,87	32,64	31,87	31,66
H. Transportasi dan pergudangan	10,65	10,92	11,18	11,81	11,70
I. Penyedia Akomodasi dan Makan Minum	4,87	5,01	5,11	5,14	5,23
J. Informasi dan Komunikasi	4,57	4,21	4,31	4,49	4,71
K. Jasa keuangan dan asuransi	10,33	10,96	10,63	10,56	10,67
L. Real Estate	0,94	0,93	0,91	0,89	0,88
M, N. Jasa perusahaan	0,84	0,84	0,86	0,85	0,85
O. Administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib	4,28	3,95	4,10	4,01	4,02
P. Jasa pendidikan	2,95	3,03	3,30	3,45	3,50
Q. Jasa kesehatan dan kegiatan sosial	1,78	1,76	1,97	2,12	2,19
R, S, T, U. Jasa lainnya	2,05	2,04	2,09	2,13	2,23
Domestik Regional Bruto Produk	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber : cirebonkota.bps.go.id

Berdasarkan data pada table, dapat diketahui jika struktur ekonomi kota Cirebon termasuk kelompok tersier. Kelompok tersier memberikan kontribusi terbesar bagi perekonomian kota Cirebon dibandingkan kelompok primer dan sekunder. Kontribusi kelompok tersier angkanya meningkat pada tahun 2016 menjadi 77,63% dari 77,33% pada tahun 2015. Sementara itu kategori dalam kelompok tersier yang angkanya terus menunjukkan adanya peningkatan adalah pada penyediaan akomodasi serta makan dan minum. Berdasarkan keterangan, peningkatan kelompok tersier antara lain karena keberadaan Tol Cipali yang

memudahkan akses menuju kota Cirebon, sehingga pada kegiatan penyediaan makanan dan minuman serta kegiatan jasa lainnya mengalami peningkatan. Tidak mengherankan jika café di kota Cirebon jumlahnya terus bertambah.

Markas café merupakan salah satu café yang mengusung konsep *outdoor* yang berada dipusat kota Cirebon yang berdiri pada tahun 2015. Markas café sendiri adalah salah satu bagian dari Markas *Food Camp*, yang terdiri dari beberapa tempat makan dalam satu lokasi. Untuk target pasar, Markas café utamanya menyasar kalangan konsumen menengah bawah. Selain *food and beverage*, Markas café menawarkan *experience* baru untuk masyarakat kota Cirebon dengan konsep *outdoor*.

Cukup banyak café di kota Cirebon sekarang ini membuat persaingan antar perusahaan semakin tinggi. Kondisi ini menuntut perusahaan agar tetap dapat bersaing dan bertahan di pasar. Karenanya, perusahaan diharapkan dapat lebih inovatif sehingga produk maupun jasa yang ditawarkan memiliki nilai tambah serta keunikan dimata konsumen dibandingkan dengan perusahaan lain. Peneliti tertarik untuk mengetahui strategi apa yang dapat disarankan untuk Markas cafe agar perusahaan dapat bersaing dan bertahan dengan banyaknya kompetitor, dengan judul :

“Strategi Pengembangan Produk Pada Markas Café Cirebon”

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana analisis lingkungan internal dan eksternal Markas cafe?
2. Bagaimana analisis SWOT Markas café?

3. Strategi apa yang disarankan untuk Markas café berdasarkan hasil Matriks QSPM dan Analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui analisis lingkungan perusahaan baik internal maupun eksternal.
2. Untuk mengetahui analisis SWOT Markas café.
3. Untuk memberikan usulan strategi berdasarkan posisi bersaing yang diperoleh dari Matriks QSPM dan Matriks SWOT.

1.4 Kegunaan Penelitian

- Akademisi :
 1. Bagi peneliti, untuk memperluas wawasan atau pengetahuan dengan mengintegrasikan pengetahuan yang telah didapat dan praktik langsung. Serta untuk meningkatkan kemampuan peneliti dalam menganalisis strategi inovasi yang tepat untuk perusahaan agar tetap dapat bertahan di pasar.
 2. Bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian dalam bidang yang sama, sebagai bahan acuan atau referensi.

- Teoritis :
 1. Bagi perusahaan yang diteliti, sebagai sumber informasi dan memberikan masukan untuk membantu memecahkan masalah serta pengambilan keputusan.
 2. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang yang sama atau sejenis, sebagai sumber informasi untuk pengambilan keputusan.