



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 Bersaing pada *One Eighty Coffee* di Kota
Bandung**

Skripsi

Oleh

Dian Riama L. Tobing

2013320058

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

***Analisis Strategi Bersaing pada *One Eighty Coffee* di Kota
Bandung***

Skripsi

Oleh

Dian Riama L Tobing

2013320058

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D.

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

**Analisis Strategi Bersaing pada *One Eighty Coffee* di Kota
*Bandung***

Skripsi

Oleh

Dian Riama L Tobing

2013320058

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D.

Bandung

2018

No. Kode	: AB TOB a/18
Tanggal	: 10 Februari 2019
No. Ind.	: 8375 - FISIP / SKP 36972
Divisi	:
Hadiah / Beli	:
Dari	: FISIP



Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dian Riama L Tobing
NPM : 2013320058
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi Bersaing pada *One Eighty Coffee* 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 pihak yang lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apa pun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui apabila pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 31 Juli 2018



Dian Riama L Tobing

ABSTRAK

Nama : Dian Riama L Tobing

NPM : 2013320058

Judul : Analisis Strategi Bersaing pada *One Eighty Coffee* di Kota Bandung

Analisis strategi bersaing pada *One Eighty Coffee* mempunyai tujuan untuk mengetahui posisi *One Eighty Coffee* dalam persaingan bisnis bidang *cafe* dan restoran di kota Bandung, serta mengetahui strategi alternatif yang dapat digunakan oleh *One Eighty Coffee* dalam mencapai keunggulan bersaing.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan jenis deskriptif yang diperoleh dari buku, jurnal, observasi dan wawancara mendalam dengan pihak manajemen *One Eighty Coffee* dan data-data terkini seputar masalah yang diteliti dan data data dari perusahaan sebagai data sekunder. Teknik analisis yang digunakan adalah SWOT dan matriks EFE – IFE serta matriks IE.

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan peneliti, posisi perusahaan berada di kuadran I sehingga rekomendasi strategi yang diberikan adalah Progresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Posisi strategis *One Eighty Coffee* berada di sel II yang berarti perusahaan dalam keadaan *grow and build*. Hasil ini diperoleh dari perhitungan EFE sebesar 3,1 dan perhitungan IFE sebesar 2. Dengan demikian, strategi yang cocok untuk *One Eighty Coffee* berdasarkan teori adalah strategi intensif (*market penetration, market development, dan product development*) dan strategi integrasi (*forward integration, backward integration, dan horizontal integration*). Dari analisis strategi alternatif melalui Analisis SWOT, peneliti merekomendasikan strategi S-T atau *Strenght-Threats* sebagai strategi yang tepat yang dapat digunakan *One Eighty Coffee* sebagai alternatif strategi di masa yang akan datang dilihat dari faktor internal dan eksternal yang dimiliki perusahaan.

Kata Kunci: Kekuatan, Kelemahan, Internal, Eksternal.

ABSTRACT

Name : Dian Riama L Tobing

NPM : 2013320058

Title : *Competitive Strategy Analysis of One Eighty Coffee in Bandung*

One Eighty Coffee Competitive Strategy Analysis aims to know the company's position amid café and restaurant businesses in Bandung. The strategy also points on alternative strategy One Eighty can use to compete in the market.

This research used descriptive study case method with primary and secondary data. The primary data were obtained from books, journals, observation and through intense interview with the One Eighty Coffee management team. The secondary data were gathered from the newest data updated from the company itself. The analysis technique used are SWOT, Matrix EFE – IFE and Matrix IE.

From the research, the writer finds that One Eighty Coffee is placed within the I quadrant, meaning that the recommended strategy will be Progressive. Progressive strategy explained that the organization is at its best condition that enables it to continuously expand, increasing growth and achieve a maximum improvement. Meanwhile, One Eighty's strategic position stands at the sell II which means the company is in a growing and building condition. This result is concluded from EFE Matrix calculation, rating at 3.1 and from IFE Matrix calculation, rating at 2. Therefore, according to the theory, suitable strategies for One Eighty Coffee are Intensive Strategy (market penetration, market development, and product development) and Integrated Strategy (forward integration, backward integration, and horizontal integration). Using the SWOT Analysis, and considering the company's internal and external condition, the writer recommends S-T strategy or Strength-Threats as an alternative strategy One Eighty Coffee can adopt in the future.

Keyword: Strength, Weakness, Internal, External.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Karena berkat rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat merampungkan penulisan penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing pada *One Eighty Coffee* di Kota Bandung”. Penelitian ini diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 (sarjana) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Begitu banyak ilmu dan pengalaman yang telah diperoleh penulis dari berbagai pihak, penulis sangat mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah mendukung dan membantu terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D. selaku pembimbing seminar dan skripsi yang telah bersedia untuk memberikan waktu serta arahnya yang sangat membantu dalam penulisan penelitian ini hingga selesai.
2. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, M.Si. selaku dosen wali sekaligus Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.
3. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Katolik Parahyangan.
4. Seluruh dosen-dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah bersedia

5. membimbing dan mengajar penulis dalam proses perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan.
6. Pihak manajemen *One Eighty Coffee* yang telah bersedia meluangkan waktunya serta memberikan izinnya untuk membantu dalam penulisan penelitian ini hingga selesai.
7. Keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moril dan materil selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
8. Sahabat – sahabat dari semasa memulai kuliah; Rahel, Christy, Maria.
9. Keluarga Rahel; Tante Sarah, Papa Rahel, Benita, dan Bogi yang telah banyak membantu penulis dalam segala hal semasa kuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
10. Teman seperjuangan selama penulisan skripsi; Ayu Cica, Cellie, Putri.
11. Sahabat – sahabat SMA yang selalu setia mendukung; Puspa, Rien, Grace, Berinda.
12. Seluruh teman – teman FISIP 2013 yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas kebersamaan, dan semangat kita dari awal kuliah sampai sekarang.
13. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini yang belum disebutkan diatas.

Penulis sangat menyadari dalam penelitian ini masih banyak kekurangan serta kelemahan dikarenakan keterbatasan ilmu, sarana serta, kemampuan penulis dalam meneliti. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca penelitian ini akan sangat membantu penulis di masa yang akan datang.

Namun, besar harapan penulis agar penelitian ini dapat memberi manfaat atau wawasan baru bagi pembaca. Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan dan memberikan anugerah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan kepada penulis dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Bandung, 31 Juli 2018

Penulis

Daftar Isi

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
Daftar Isi	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Identifikasi masalah	3
1.3 Tujuan penelitian	4
1.4 Kegunaan penelitian	4
1.4.1 Kegunaan teoritis	4
1.4.2 Kegunaan praktis	5
1.5 Objek penelitian	5
BAB 2	6
TINJAUAN TEORI	6
2.1 Teori pendukung	6
2.1.1 Pengertian strategi	6
2.1.2 Pengertian manajemen strategi	7
2.1.3 Perumusan strategi bisnis	9
2.1.4 Pengertian strategi bersaing	12
2.1.5 Analisis lingkungan internal perusahaan	15
2.1.6 Lingkungan eksternal perusahaan	17
2.1.7 Lingkungan industri	18
2.1.8 Keunggulan-keunggulan bersaing	23
2.1.9 Jenis - jenis strategi	26
2.2 Pengertian <i>cafe</i> dan restoran	35
2.2.1 Tren seputar <i>cafe</i> & resto	35
BAB 3	38

METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Metode Penelitian	38
3.2 Lokasi penelitian	39
3.3 Teknik pengumpulan dan jenis data	39
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	41
3.4.1 Analisis PESTEL	43
3.4.2 Analisis Five Forces	45
3.4.3 Analisis Eksternal dan Internal (IE)	48
3.4.4 Matriks SWOT	52
3.4.5 Analisis alternatif strategi menggunakan pendekatan kualitatif matriks SWOT	57
BAB IV	60
OBJEK PENELITIAN	60
4.1 Sejarah perusahaan	60
4.1.1 Filosofi brand dan logo	60
4.1.2 Visi dan misi	61
4.2 Segmentasi dan Target Perusahaan	62
4.2.1 Segmentasi <i>one eighty</i>	62
4.2.2 Target perusahaan	62
4.3 Struktur organisasi dan uraian jabatan	62
4.3.1 Struktur organisasi	62
4.3.2 Uraian jabatan	64
4.4 Produk Cafe One Eighty Coffee	65
BAB V	70
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	70
5.1 Rumusan strategi bersaing pada One Eighty Coffee and Music	70
5.1.1 Strategi perusahaan saat ini	70
5.1.2 Analisis Pestle	72
5.1.3 Analisis Five Forces	80
5.1.4 External Factor Evaluation (EFE)	85
5.1.5 Analisis lingkungan internal perusahaan	86
5.1.6 Internal Factor Evaluatio (IFE)	87
5.1.7 Matriks SWOT	88

5.1.8	Matriks Internal Eksternal (IE)	91
5.1.9	Langkah strategis perusahaan.....	92
5.2	Analisis alternatif strategi.....	95
Bab VI	100
Kesimpulan dan Saran	100
6.1	Kesimpulan	100
6.2	Saran	101
Daftar Pustaka	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Jumlah Restoran di Kota Bandung, 2016	2
Tabel 3.1	Contoh Tabel IFE (Internal Factor Evaluation)	54
Tabel 3.2	Contoh Tabel EFE (Eksternal Factor Evaluation).....	54
Tabel 3.3	Matriks SWOT Kearns	57
Tabel 3.4	Matriks SWOT	58
Tabel 4.1	Daftar produk One Eighty Coffee	66
Tabel 5.1	Perbandingan antara One Eighty Coffee dengan beberapa pesaingnya.....	84
Tabel 5.2	Tabel External Factor Evaluation (EFE).....	85
Tabel 5.3	Tabel Internal Factor Evaluation (IFE).....	87
Tabel 5.4	Analisis Alternatif Strategi SWOT	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Strategi Generik Porter	15
Gambar 3.1 Analisis PESTLE.....	43
Gambar 3.2 Matriks IE.....	48
Gambar 3.3 Kuadran SWOT	55
Gambar 4.1 Logo One Eighty Coffee	61
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi <i>One Eighty Coffee</i>	63
Gambar 5.1 Kuadran SWOT One Eighty Coffee	91
Gambar 5.2 Matriks IE One Eighty Coffee.....	92

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Industri kuliner menjadi salah satu bisnis yang besar karena kebutuhan pangan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia. Semua orang membutuhkan makanan untuk bertahan hidup. Berdasarkan hal tersebut, industri kuliner menjadi bisnis yang menjanjikan bagi para pelaku bisnis, karena manusia harus memenuhi kebutuhan pangannya agar tetap bertahan hidup. Karena industri kuliner menjadi salah satu bisnis terbanyak jumlahnya, bagi pelaku bisnis agar dapat bertahan di industri kuliner harus dapat menjadi inovator, yang melahirkan ide bisnis yang di terima masyarakat sekaligus berbeda dari para pesaing di industri kuliner.

Indonesia di mata dunia dipandang sebagai negara yang kaya akan kekayaan alamnya dan keberagaman kultur. Pada *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) 2017, Indonesia menjadi salah satu pemenang video tourism terbaik di dunia, dengan hal ini salah satu fakta yang menunjukkan bahwa Indonesia mampu menarik pariwisataawan dunia berkunjung ke Indonesia. Pada 2015 devisa pariwisata Indonesia menghasilkan 12,225.89 juta USD. Juga menurut CNN yang telah merilis daftar 50 makanan terenak sedunia melalui 35.000 voting di media sosial *Facebook* pada tahun 2017, rendang dan nasi goreng menjadi makanan terenak sedunia, dan hal ini telah membuktikan bahwa kuliner Indonesia menjadi objek wisata dunia yang semakin meningkatkan

kompetisi dalam bisnis kuliner di Indonesia yang semakin menuntut para pelaku bisnis semakin kreatif dan menjadi inovator untuk menciptakan daya saing.

Industri kuliner saat ini juga identik dengan konsep jasa yang menawarkan pelayanan bagi para konsumen. Bandung juga sangat identik dengan wisata kulinernya, seakan apa yang dicari dan diinginkan para calon konsumen ada di Bandung. Berikut adalah jumlah restoran di Bandung pada tahun 2016:

Tabel 1.1
Jumlah Restoran di Kota Bandung, May 2018

Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung, 2016	
Katagori	Jumlah
Restourant	396
Rumah Makan	372
Cafe	14
Bar	13

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Dari data diatas dengan begitu banyaknya jumlah wisata kuliner di Bandung, menuntut para pelaku bisnis siap bersaing untuk memperoleh profit yang sangat menguntungkan. Salah satu faktor penting yang mampu membuat perusahaan bertahan dan terus berkembang adalah memperhatikan strategi-strategi yang tepat dan menerapkannya dalam perusahaan sehingga perusahaan mampu bertahan serta bertumbuh terus-menerus.

Dalam memilih strategi keunggulan bersaing yang tepat untuk diterapkan oleh sebuah bisnis, pelaku bisnis perlu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai kedudukan atau posisi usaha bisnis di pasar. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara analisis terhadap lingkungan bisnis baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal, biasanya disebut dengan analisis SWOT.

Hal tersebut dimaksudkan untuk mengidentifikasi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang berasal dari lingkungan eksternal bisnis serta mengidentifikasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang berasal dari lingkungan internal bisnis.

1.2 Identifikasi masalah

Setiap strategi yang dirancang harus berhasil mencapai tujuan dan target ketika direalisasikan, karena strategi merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Manfaat penerapan strategi pada sebuah bisnis atau perusahaan memberikan arah jangka panjang dan membantu perusahaan beradaptasi terhadap perubahan-perubahan yang semakin dinamis.

Bagi *One Eighty Coffee and Music*, strategi sangat penting ditengah perkembangan dan pertumbuhan ekonomi agar dapat bertahan serta bertumbuh pada industri ini. Penerapan strategi yang baik juga membawa keuntungan dari pendapatan yang diperoleh serta reputasi yang baik di mata masyarakat sebagai konsumen.

Oleh karena itu, penulis mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut.

1. Dimana posisi perusahaan dalam persaingan dan langkah strategis apa yang harus dilakukan dalam peluang pertumbuhan *cafe* dan restoran di Bandung?
2. Apa strategi alternatif *One Eighty Coffee* dalam pertumbuhan *cafe* dan restoran di Bandung?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Mengetahui serta menjabarkan posisi dan langkah strategis yang perusahaan harus lakukan kedepannya dalam menjangkau peluang pertumbuhan *cafe* dan restoran.
2. Mempelajari kekuatan dan kelemahan *One Eighty Coffee*.
3. Menentukan strategi alternatif yang dapat dijalankan *One Eighty Coffee*.

1.4 Kegunaan penelitian

1.4.1 Kegunaan teoritis

Diharapkan melalui penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi atau bahan untuk menambah wawasan serta pemikiran bagi penulis dan para akademisi yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

- Dapat menambah wawasan mengenai strategi bersaing, sehingga dapat menunjang keberhasilan suatu perusahaan.
- Dapat menambah wawasan mengenai *cafe* dan restoran.
- Dapat mengetahui proses menentukan strategi sebuah perusahaan.

1.4.2 Kegunaan praktis

Diharapkan melalui penelitian ini dapat bermanfaat dan berkontribusi sebagai bahan referensi, evaluasi dan pertimbangan untuk strategi bersaing perusahaan.

- Dapat membantu manajemen perusahaan dalam mengidentifikasi strategi yang harus dilakukan.
- Dapat membantu dalam menganalisis dalam mengetahui kelemahan dan kekuatan perusahaan.

1.5 Objek penelitian

Objek penelitian yang dipilih penulis adalah *One Eighty Coffee* sebagai salah satu cafe dan restoran di Kota Bandung. *One Eighty Coffee* berada di Jl. Ganeca No.3, Lb. Siliwangi, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat.