



**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 Eduplex Coworking Space dalam**  
**Bersaing di Kota Bandung**

Skripsi

Oleh

Ayu Cica Belina

2013320180

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 Eduplex Coworking Space dalam**  
**Bersaing di Kota Bandung**

Skripsi

Oleh

Ayu Cica Belina

2013320180

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Ayu Cica Belina  
Nomor Pokok : 2013320180  
Judul : Analisis Strategi *Eduplex Coworking Space* dalam Bersaing di Kota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Selasa, 7 Agustus 2018  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., 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 di bawah ini :

Nama : Ayu Cica Belina  
NPM : 2013320180  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Analisis Strategi Eduplex Coworking Space dalam Bersaing 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 July 2018



## ABSTRAK

Nama : Ayu Cica Belina  
NPM : 2013320180  
Judul : Analisis Strategi *Eduplex Coworking Space* dalam bersaing di Kota Bandung

---

Analisis strategi bersaing pada *Eduplex Coworking Space* Jalan Ir. H.Djuanda No. 84, Lebak Gede Coblong Bandung menggunakan beberapa analisis yang bertujuan untuk mengetahui posisi *Eduplex Coworking Space* dalam persaingan bisnis *Coworking space* di Kota Bandung. Serta mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan dan merancang strategi yang tepat untuk digunakan oleh *Eduplex Coworking Space* Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus jenis deskriptif. Data yang dianalisis adalah hasil yang didapat dari buku, jurnal dan wawancara dengan pemilik *Eduplex Coworking Space*. Teknik analisis data yang digunakan untuk menggambarkan secara jelas kondisi faktor internal dan eksternal perusahaan dengan menggunakan analisis *Pestle, Five Forces, SWOT, dan IFE EFE*.

Teknik analisis ini kan menghasilkan alternatif strategi yang dapat digunakan oleh *Eduplex Coworking Space* Bandung dalam mencapai keunggulan dalam bersaing. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan *Eduplex Coworking Space* mempunyai kekuatan-kekuatan memiliki tempat dan lokasi yang strategis yaitu di tengah kota, mempunyai pelanggan yang tersegmentasi mulai umur 17 tahun, harga yang terjangkau bagi para konsumen yang baru mau memulai bisnis, memiliki pelayanan jasa yang sesuai dan didukung dengan fasilitas-fasilitas yang memadai, dan merupakan anak perusahaan dari PT.kreasi Edulab Indonesia yang akan menjadi daya tarik perusahaan. Kelemahan *Eduplex Coworking Space* yaitu tidak memiliki ruangan dengan kapasitas besar, masih banyaknya orang yang belum mengetahui *Coworking Space*, pendapat yang dihasilkan hanya terpusat pada penyewaan ruang, dan tidak bisa membooking atau mendaftar secara *online*. Peluang nya adalah dengan meningkatnya jumlah startup yang akan meggunakan *Coworking Space*, pelanggan akan bersedia membayar lebih untuk fasilitas-fasilitas yang diberikan. Dan memiliki ancaman dengan pangsa pasar yang mempengaruhi harga, dan banyaknya pesaing dengan perusahaan serupa.

Berdasarkan perhitungan akhir menggunakan Matriks IE, *Eduplex Coworking Space* berada pada posisi kuadran V yaitu Hold and Maintain yang artinya *Eduplex* bisa menjaga dan mempertahankan kekuatan dan merebut peluang-peluang yang ada dalam berkompetisi saat ini. Strategi yang dapat dijalankan oleh *Eduplex Coworking Space* adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk yang akan memperkenalkan *Eduplex Coworking Space* untuk penambahan cabang di Bandung, dan penentrasi pasar dengan meningkatkan saluran infomasi dan promosi secara *online*.

Kata Kunci : Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman dan Matriks IE

## **ABSTRACT**

*Name* : Ayu Cica Belina  
*NPM* : 2013320180  
*Title* : *Strategy Analysis of Eduplex Coworking Space on its market competition in Bandung*

---

*The aim of this research is to determine Eduplex Coworking Space, IR H. Djuanda No. 84 Bandung, position amid similar business market in Bandung. Using competitive strategy analysis, the writer examines internal and external condition of the company to provide a suitable business strategy for Eduplex.*

*This research uses qualitative method with descriptive case study. The writer collects data from books and journals, and from interviews with Eduplex Coworking Space's owner. The writer used several data analysis technique to display both the company's internal and external condition. These techniques are Pestle, Five Forces, SWOT, and IFE EFE, which by the end will generate an alternative strategy the Eduplex can adopt to help him compete in the market*

*Eduplex strengths are a strategic location, locating in the middle of the city, segmented costumers ranging at around 17 years of age, having relatively affordable price, excellent service with adequate facilities, and it stood as a subsidiary of PT. Kreasi Edeleb Indonesia. While its weaknesses are limited room capacity, people's unawareness of Coworking Space business, low diversity of income source on which its income mainly comes from room rent, and limited platform to book for a place on which people cannot book for space using online platform. Moreover, the emergence of startups that use Coworking space gives opportunity for Eduplex as they are willing to pay more for the provided facilities. While the threats Eduplex may face are market mechanism that will determine price and increasing number of competitors.*

*According to the final calculation using Matrix IE, Eduplex is placed in the V quadrant (hold and maintain) which means Eduplex can maintain its strength and snatch opportunities while competing in the market. Eduplex can also perform market penetration and product development strategy such as new branch opening and create improvement on disseminating information and promotion online.*

*Keywords: Strength, Weakness, Opportunity, Threat and Matriks IE*

## KATA PENGANTAR

Segala hormat dan puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-nya, penulisan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Eduplex Coworking Space dalam Bersaing di Kota Bandung” dapat selesai tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi syarat menempuh Ujian Akhir Starta-1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Khatolik Parahyangan.

Dalam penulisan skripsi saya mendapat banyak bantuan, saran, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya selaku penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang membantu dalam penyelesaian pembuatan skripsi ini, diantaranya:

1. Kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang selalu menyertai penelitian ini dengan berkat yang melimpah disaat duka dan cita.
2. Kepada bapak mamah tercinta, saya mengucapkan terima kasih karena selalu memberikan doa, semangat dan dukungan yang luar biasa besar, baik moral maupun materi dalam menyelesaikan Strata-1.
3. Kepada Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Khatolik Parahyangan.
4. Kepada Ibu Dr. Marghareta Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Khatolik Parahyangan.
5. Kepada bapak Sanerya Hedrawan, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia dalam meluangkan waktu, tenaga, tempat, dan pikiran serta dengan kesabaran memberikan arahan dan nasehat yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kepada Mba Miya selaku staff manager yang telah bersedia mengizinkan perusahaannya menjadi objek penelitian skripsi ini.

7. Kepada kakak-kakak dan adik saya Ella, Egi, Erik dan Anisa yang telah memberi semangat dan penghibur di kala pengerjaan skripsi ini.
8. Kepada teman penulis Saeful yang sudah mendampingi saya dan memberikan dukungan dan semangat dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman Adila putri, Marsya, Shafira, Marcella, Nadhira, Bepy, cellie dan dian yang telah berjuang bersama memberikan semangat dan memberikan hiburan selama proses perkuliahan hingga skripsi.
10. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas doa, dukungan, dan nasehat yang diberikan.

Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, segala kritik dan saran akan diterima dengan senang hati, untuk menjadi bahan masukan dan pertimbangan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini dapat membantu dan bermanfaat untuk tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bandung, 31 July 2018

Penulis,  
Ayu Cica Belina

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
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 TINJAUAN TEORI.....	8
2.1 Teori pendukung .....	8
2.1.1 Pengertian Strategi .....	8
2.1.2 Pengertian Manajemen Strategi .....	9
2.1.3 Perumusan Strategi Bisnis .....	12
2.1.4 Pengertian Strategi Bersaing .....	14
2.1.5 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan.....	16
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
2.1.10 Industry Bisnis Kreatif .....	35
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Metode Penelitian.....	37
3.2 Lokasi Penelitian.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	39
3.4 Teknik Analisa Data .....	41
3.4.1 Membuat Analisis Five Forces .....	43
3.4.2 Membuat Analisis SWOT .....	44

3.4.3	Membuat Analisis PESTLE .....	46
3.4.4	Membuat Analisis Ekternal dan Internal (Matriks IE).....	48
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....		52
4.1	Sejarah Perusahaan .....	52
4.2	Struktur Organisasi.....	62
4.3	Perkembangan Perusahaan.....	64
BAB 5 ANALISA DAN PEMBAHASAN.....		65
5.1	Analisis Five Forces.....	67
5.2	Analisis PESTLE .....	71
5.3	Analisis Lingkungan internal dan Eksternal perusahaan .....	78
5.4	Matriks SWOT.....	81
5.5	Analisis IFE dan EFE .....	88
5.6	Analisis Matriks IE .....	97
5.7	Langkah-langkah Perusahaan dalam menghadapi persaingan.....	100
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....		102
6.1	Kesimpulan .....	102
6.2	Saran .....	106
	Daftar Pustaka.....	108

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matriks SWOT .....	46
Tabel 3.2 Tabel Faktor Kunci EFE .....	49
Tabel 3.3 Tabel Faktor Kunci IFE .....	50
Tabel 5.1 Data Supply Demand Terhadap Coworking Space.....	76
Tabel 5.2 Matrik SWOT .....	82
Tabel 5.3 Tabel Faktor Kunci IFE .....	88
Tabel 5.4 Tabel Faktor Kunci EFE .....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Coworking Space di Indonesia .....	5
Gambar 2.1 Strategi Generik Porter .....	15
Gambar 3.1 Five Forces .....	43
Gambar 3.2 Matriks IE.....	48
Gambar 4.1 Logo Eduplex .....	54
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	62
Gambar 4. 3 Jumlah Member Eduplex Coworking Space.....	64

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan ekonomi dan perkembangan industri saat ini membuat para pengusaha untuk senantiasa melakukan peningkatan dan pengembangan usaha sesuai trend atau jalur yang sedang berkembang didunia bisnis saat ini. Dengan adanya hal tersebut para pengusaha perlu menciptakan inovasi yang strategis guna terus meningkatkan pendapatan dan laba perusahaan dengan baik. Seiring dengan semakin banyaknya para pelaku usaha yang bersaing di dunia bisnis saat ini untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka perlu memperhatikan bagaimana menciptakan usaha bisnis selain mengutamakan keunikan dari produk atau jasa yang akan ditawarkan.

Adanya daya tarik dari konsumen mendorong para pengusaha untuk mengembangkan ide-ide dalam dunia bisnis dan membuat pengusaha harus menghadapi perubahan-perubahan yang akan terjadi didalam industri bisnis. Perubahan yang akan terjadi nanti akan sangat mempengaruhi keputusan yang nanti nya akan diambil oleh pengusaha dalam mengambil strategi apa yang harus diterapkan pada perusahaan untuk perkembangan usahanya. Untuk strategi yang akan dilakukan perusahaan, perusahaan dapat membandingkan strategi apa yang akan diambil sehingga dapat menembus persaingan dalam dunia bisnis dan dapat menjadi salah satu pengusaha yang berada dalam persaingan tersebut, dengan situasi memacu para persaingan yang ketat antara perusahaan yang menyediakan

jasa atau produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang bersaing dan dapat memberikan nilai yang lebih untuk para konsumen. Sehingga untuk memenuhi itu perusahaan memerlukan standar yang lebih tinggi, dalam perubahan pasar memaksa perusahaan untuk mempertimbangkan keunggulan-keunggulan bersaing untuk jangka pendek dan jangka panjang yang berkesinambungan, usaha tersebut dilakukan untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

Persaingan bisnis menuntut untuk menciptakan kepuasan pelanggan dengan memberikan produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing, maupun pelayanan yang baik merupakan faktor penunjang keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing. Ditambah perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga mempermudah pada pengusaha untuk memulai usaha baru di dunia bisnis. Seiring dengan perkembangan yang menuntut tingginya tingkat persaingan, untuk memperoleh keunggulan bersaing merupakan tantangan utama bagi perusahaan dalam lingkungan bisnis masa kini, karena perusahaan harus mengamati faktor lingkungan dan memahami tujuan, kekuatan, serta kelemahan pesaingnya untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin akan terjadi kedepannya. Adanya keterkaitan antara posisi bersaing dan strategi bisnis, dimana setiap perusahaan menempati posisi bersaing yang berbeda-beda. Perusahaan harus mempunyai manajemen strategis untuk mengungguli perusahaan yang tidak menggunakan manajemen strategis karena pada lingkungan perusahaan yang menggunakan strategi, struktur dan proses akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan nantinya.

Dalam menghadapi persaingan, khususnya pada sektor jasa yang terus mengalami pertumbuhan, dalam hal ini perusahaan harus meningkatnya strategi-strategi dan meningkatkan kekuatan-kekuatan perusahaan agar bisa menentukan langkah awal yang akan dilakukan oleh perusahaan dalam mengantisipasi adanya pendatang baru ataupun para pesaing-pesaing yang akan masuk dengan bisnis yang serupa. Salah satu upaya yaitu dengan membentuk ruang-ruang yang dapat menjadi pusat aktivitas dan interaksi antar para pelaku bisnis kreatif, baik pemerintah, pelaku usaha serta komunitas /forum kreatif. Ruang kreatif harus mampu mengakomodasikan dan menginspirasi bagi munculnya para pembisnis baru yang kreatif dan inovatif yang dapat mengintegrasikan proses kreasi produksi distribusi dan pemasaran potensi ekonomi kreatif yang sudah ada. Dengan adanya kontribusi dalam bisnis kreatif di Indonesia memicu munculnya komunitas atau forum kreatif yang memberikan kontribusi positifnya. Seperti dengan adanya kemunculan *Coworking Space* yang digagas oleh komunitas hingga para investor di Indonesia yang makin bertambah diberbagai kota besar.

Meningkatnya pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia menjadikan Bisnis *Coworking Space* sebagai kebutuhan, industri kreatif memiliki fokus pada penciptaan daya kreatif, baik menciptakan suatu yang baru atau memodifikasi yang telah ada sebelumnya. Bisnis *Coworking space* ini berguna untuk para startup yang baru saja akan memulai bisnisnya sehingga membutuhkan tempat bekerja sekaligus *networking* yang luas.

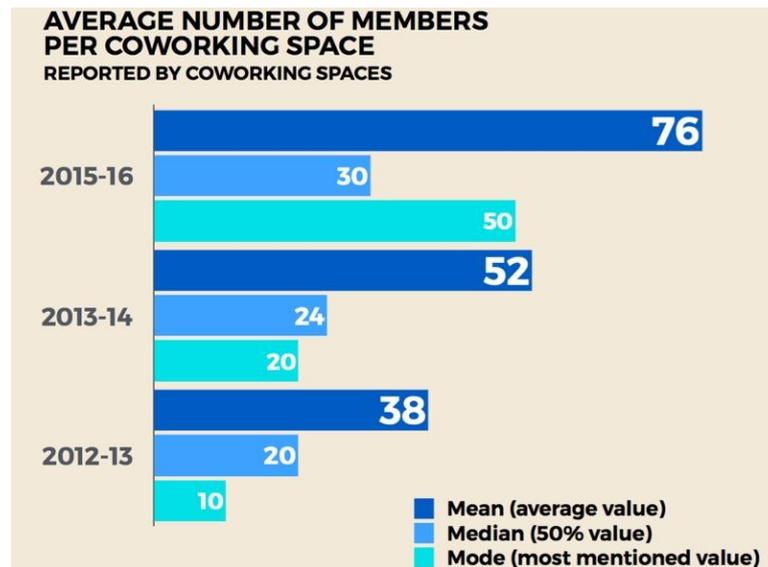
*Coworking Space* merupakan konsep ruang kerja yang bisa digunakan bersama-sama oleh *startup* atau perusahaan lain yang baru merintis usahanya.

Konsep ini memberikan keuntungan tersendiri bagi *startup* yang belum memiliki kantor, pada umumnya para *startup* merupakan perusahaan yang baru berkembang dan lazimnya hanya terdiri dalam beberapa pegawai dan pendapatan yang mereka miliki masih minim. Disinilah peran *Coworking Space* untuk menciptakan ruang kerja bagi mereka-mereka yang membutuhkan tapi tidak seperti menyewakan gedung atau kantor pada umumnya. *Coworking Space* menawarkan berbagai keuntungan dan fasilitas yang berbeda memiliki biaya yang terjangkau dibandingkan dengan menyewa kantor atau gedung biasanya. Para *startup* dapat memiliki paket untuk yang beragam mulai dari harian, mingguan ataupun bulanan hingga tahunan tergantung pada layanan yang ada adapun fasilitas yang disediakan *Coworking Space* beragam dan inovatif.

Keuntungan yang akan didapatkan dari *Coworking Space* adalah, pertama *Coworking Space* akan mengutamakan para pelanggan, dan kebanyakan *Coworking Space* yang ada sekarang menyediakan berbagai hal yang dibutuhkan untuk bekerja sekaligus bersantai. Kedua, *Coworking Space* menyediakan acara-acara yang dapat mengundang dan menarik perhatian media, kesempatan ini tentu saja memudahkan untuk para *startup* dan para member *Coworking Space* untuk saling berinteraksi dengan yang lainnya. Didunia *Coworking Space* sudah jauh lebih pesat menurut survei yang sudah dilakukan oleh Deksmag pada (Global Coworking Survey) di tahun 2012, seiring dengan meningkatnya jumlah Coworking Space Deksmag menemukan bahwa jumlah Coworking Space didunia bertambah dua kali lipat per tahunnya. Alasan utama mengapa para pekerja lebih

memilih Coworking Space adalah 76% para pebisnis ingin dapat berinteraksi dengan orang banyak.

**Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Coworking Space di Indonesia**



**Sumber: Deksmag (Global Coworking Survey) 2012**

Berdasarkan data jumlah *Coworking Space* yang meningkat dua kali lipat setiap tahunnya. Maka menunjukkan bahwa *Coworking Space* semakin dicari dan dibutuhkan, jika dilihat dari sisi bisnis maka *Coworking Space* merupakan bisnis yang akan menguntungkan. *Coworking Space* menjadi pilihan untuk para startup dan para pekerja independen lainnya. Seperti yang dijelaskan sebelumnya *Coworking Space* sangat diminati kalangan startup.

Dalam menghadapi persaingan, khususnya pada sektor jasa yang terus mengalami pertumbuhan dalam hal ini perusahaan harus meningkatnya strategi-strategi dan meningkatkan kekuatan-kekuatan perusahaan agar bisa menentukan

langkah awal yang akan dilakukan oleh perusahaan dalam mengantisipasi adanya pendatang baru ataupun para pesaing-pesaing yang akan masuk.

Di Kota Bandung terdapat perusahaan yang membuka bisnis *Coworking Space* atau ruang kerja untuk para stratup ataupun para pembisnis yang baru memulai atau yang akan membuka bisnis baru yaitu *Eduplex Coworking Space* yang berada di Jl. Ir. H. Djuanda No. 84 Bandung, Jawa Barat yang menyediakan ruang-ruang kerja untuk para startup. Eduplex membuat inkubator bisnis untuk para startup yang akan memulai bisnis, selain itu untuk masyarakat yang akan melakukan pertemuan dan membahas suatu ide atau bisnis kreatif ataupun yang akan mengadakan acara-acara dan seminar.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka mengidentifikasi masalah yang timbul. Hal ini digunakan untuk menyederhanakan atau mengurangi permasalahan dan memperjelas arah penelitian sesuai dengan judul yang telah dikemukakan diatas. Masalah-masalah yang akan diidentifikasi adalah sebagai berikut:

- Bagaimana Segmen Pasar *Eduplex Coworking Space* dalam persaingan?
- Bagaimana Evaluasi bisnis *Eduplex Coworking Space* menggunakan analisis SWOT?
- Bagaimana langkah strategis perusahaan yang harus dilakukan untuk menghadapi persaingan di Kota Bandung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- Mengidentifikasi pertumbuhan segmen pasar cafe Eduplex dalam persaingan dikota bandung
- Memberikan evaluasi bisnis Coworking Space menggunakan analisis SWOT
- Menganalisa posisi dan langkah strategis yang harus di lakukan perusahaan

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- Manfaat yang diharapkan untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penerapan strategi bersaing dan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya
- Untuk membantu pihak perusahaan dalam memahami kondisi perusahaan dan kondisi perkembangan cafe dikota Bandung dalam pengambilan keputusan untuk keunggulan bersaing.
- Untuk mengetahui strategi yang harus dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah di analisa dan membantu untuk mengembangkan perusahaan dalam persaingan