



**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 Rancangan Inovasi Kedai Nyereung Berdasarkan**  
**Analisis SWOT dan Analisis *Value Chain***

Skripsi

Oleh

Muhammad Fajar Nugraha

2014320114

Bandung

2019



**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 Rancangan Inovasi Kedai Nyereung Berdasarkan  
Analisis SWOT dan Analisis *Value Chain***

Skripsi

Oleh

Muhammad Fajar Nugraha

2014320114

Pembimbing

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

Bandung

2019


Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis




**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Muhammad Fajar Nugraha  
Nomor Pokok : 2014320114  
Judul : Analisis Rancangan Inovasi Kedai Nyereung Berdasarkan Analisis  
SWOT dan Analisis Value Chain  
Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Jumat, 11 Januari 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Maria Widyarini, S.E., M.T.

:   
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**  
Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

:   
\_\_\_\_\_

**Anggota**  
Dr. Fransisca Mulyono, Dra, M.Si.

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## **Pernyataan**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fajar Nugraha

NPM : 2014320114

Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Rancangan Inovasi Kedai Nyereung

Berdasarkan Analisis SWOT dan Analisis *Value Chain*

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 Januari 2019

Muhammad Fajar Nugraha

## ABSTRAK

Nama : Muhammad Fajar Nugraha

NPM : 2014320114

Judul : Analisis Rancangan Inovasi Kedai Nyereung Berdasarkan Analisis SWOT Dan Analisis *Value Chain*

---

Industri kuliner saat ini sedang berkembang, oleh karena itu para pelaku usaha kuliner saling bersaing satu sama lain. Ada banyak strategi untuk dapat mengembangkan perusahaan agar lebih baik dari pesaing salah satunya adalah strategi inovasi. Inovasi merupakan setiap ide atau pun gagasan baru yang belum pernah ada atau pun diterbitkan sebelumnya. Sebuah inovasi biasanya berisi terobosan- terobosan baru mengenai sebuah hal yang diteliti oleh sang inovator. Kedai Nyereung merupakan satu perusahaan yang bergerak di bidang kuliner yang ingin bersaing dengan kompetitor dan mengembangkan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja hambatan Kedai Nyereung dalam melakukan inovasi, faktor internal dan eksternal perusahaan, serta saran yang disampaikan oleh peneliti untuk perusahaan agar mampu berkembang

Jenis penelitian ini menggunakan Penelitian Deskriptif dengan pendekatan berupa Metode Kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan Analisis Matriks SWOT dan Analisis *Value Chain*.

Diperoleh kesimpulan menurut Analisis SWOT adalah bahwa pada lingkungan internal Kedai Nyereung saat ini perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan, selain itu juga perusahaan mampu menawarkan produk yang unik dan menjadi ciri khas tersendiri, Adapun kelemahan yang dimiliki oleh Kedai Nyereung yaitu lokasi yang luasnya minimalis, aktivitas marketing yang tidak berjalan dengan baik, dan lingkup manajemen yang masih sempit. Sedangkan menurut Analisis *Value Chain* bahwa *Primary Activity* Kedai Nyereung berfokus pada hasil yang efektif dan efisien dimulai dari penyimpanan, manajemen produksi, distribusi langsung, pemasaran, serta pelayanan. Adapun *Support Activity* yaitu Kedai Nyereung memiliki infrastruktur, MSDM, teknologi, dan pengadaan barang.

Hingga saat ini belum ada inovasi yang dilakukan oleh Kedai Nyereung, baik dari segi proses, maupun juga produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: Strategi Inovasi, Analisis SWOT, Analisis *Value Chain*.

## **ABSTRACT**

Name : Muhammad Fajar Nugraha

NPM : 2014320114

Title : *Analysis of Design Innovation In Kedai Nyereung According To Analysis Of SWOT And Aanalysis Of Value Chain*

---

*The culinary industry is developing, therefore the perpetrators of the culinary efforts of competing with each other. There are many strategies for companies in order to develop better than the competitors, one of which is the strategy of innovation. Innovation is any idea or any new idea that has never been there or published before. Usually contains an innovation breakthroughs recently about a thing that was examined by the innovator. Kedai Nyereung is a company engaged in the field of culinary wishes to compete with competitors and developing companies.*

*This research aims to find out what are barriers to Kedai Nyereung in innovating, internal factors and eksternal companies, as well as the advice delivered by researchers for the company to develop*

*This type of research uses Descriptive Research approach in the form of Qualitative Methods. The technique of data collection is done by means of an interview and documentation study. technique of data collection is done by means of an interview and documentation study. Technique of data analysis performed by analysis SWOT Matrix analysis and Value Chain.*

*Conclusion according to the SWOT analysis is that on the internal environment of the Kedai Nyereung at this time the company has good relationships with customers, the company is able to offer a unique product and characterizes its own As for weaknesses, which is owned by Kedai Nyereung location is minimalist, the marketing activity did not go well, and the scope of management that is still narrow. Meanwhile, according to an analysis of the Value Chain that the Primary Activity, Kedai Nyereung focuses on effective and efficient results starting from storage, management of production, distribution, marketing, and service. As for the Support Activity namely Kedai Nyereung have the infrastructure, MSDM, technology and procurement of goods.*

*Until now there has been no innovation made by Kedai Nyereung, both in terms of process innovation, as well as the produk innovation offered,*

*Key Words: Innovation Strategy, SWOT Analysis, Value Chain Analysis.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Inovasi Kedai Nyereung Berdasarkan Analisis SWOT dan Analisis *Value Chain*”. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (Strata 1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, pengarahan, dan bantuan dari berbagai pihak, walaupun terdapat kekurangan atas bahasa yang digunakan maupun teknik penyajian yang digunakan. Penulis berharap apa yang disajikan dalam bentuk skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi mereka yang memerlukannya. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, antara lain:

- Allah S.W.T yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kelancaran untuk menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
- Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan guna mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.

- Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
- Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
- Seluruh Dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan berbagai ilmu bermanfaat bagi penulis.
- Pihak Kedai Nyereung sebagai objek penelitian yang telah mengizinkan dan membantu penulis untuk melakukan penelitian ini. Mas Yudha Satrio selaku manajer perusahaan.
- Orang tua penulis Anitawati, dan kakak penulis Muhammad Gindo Asmara, Nurul Khadijah Zahra, Feby Fauziah Zahra, Muhammad Taufan Pribadi, serta adik tercinta Monique Azurra Zahra yang terus memberikan lantunan doa kepada penulis.
- Seluruh sahabat penulis yang telah berjuang bersama– sama untuk menjadi seorang sarjana. Irfan, Fakhri, Mureza, Alif, Yusuf, Dox, dan IqbaL.
- Kepada Edita yang juga telah mendukung dan membantu baik dalam bentuk doa maupun perilaku saat penulis mengalami hambatan dalam mengerjakan penelitian ini.
- Kepada ratna dan ihsan yang setia membantu ketika saat dibutuhkan serta selalu memberi dukungan.



- Dan kepada seluruh pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dan memberi kesan baik kepada penulis.

Akhir kata, penulis berharap agar semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, pihak Kedai Nyereung, pembaca, dan pihak lain yang membutuhkan, serta untuk menjadi referensi tambahan akademis Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis,

Muhammad Fajar Nugraha

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB 2 KAJIAN TEORI .....	7
2.1 Pengertian Inovasi .....	7
2.1.1 Tipe- tipe Inovasi .....	8
2.2 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal .....	10
2.2.1 Value Chain ( Rantai Nilai) .....	10
2.2.2 Analisis PEST .....	14
2.2.3 Analisis Five Forces Models.....	15
2.2.4 Analisis SWOT .....	19
2.3 Pengertian Strategi .....	21
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian .....	22
3.2 Metode Penelitian.....	22
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.4 Teknik Analisis Data.....	24
BAB 4 OBJEK PERUSAHAAN .....	29
4.1. Sejarah Perusahaan.....	29
4.2. Struktur Organisasi.....	36
4.3 Visi dan Misi .....	37
BAB 5 PEMBAHASAN .....	38
5.1 Hambatan.....	38
5.2 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal .....	41
5.2.1 Analisis Lingkungan Internal.....	41
5.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	62
5.2.3 Matriks SWOT .....	79
5.3 Inovasi yang Disarankan Peneliti .....	87
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
6.1 Kesimpulan.....	92
6.2 Saran .....	95
Daftar Pustaka .....	98
Lampiran .....	100

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Strategi Matriks SWOT .....	25
Tabel 5.1 Aktifitas Primer.....	55
Tabel 5.2 Aktifitas Pendukung.....	58
Tabel 5.3 Analisis Matriks SWOT.....	81

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.2.3 Model Lima Kekuatan Porter .....	11
Gambar 4.1 Bagian Luar Restoran.....	30
Gambar 4.2 Bagian dalam Restoran.....	31
Gambar 4.3 Salah Satu Menu Makanan Utama .....	32
Gambar 4.4 Salah Satu Menu Makanan Ringan .....	33
Gambar 4.5 Salah Satu Minuman Andalan.....	34
Gambar 4.6 Produk Minuman Pilihan .....	35

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Di dalam industri kuliner, inovasi sangat dibutuhkan. Inovasi dibutuhkan agar pelaku bisnis dapat bersaing dengan kompetitornya. Inovasi merupakan setiap ide atau pun gagasan baru yang belum pernah ada atau pun diterbitkan sebelumnya. Sebuah inovasi biasanya berisi terobosan- terobosan baru mengenai sebuah hal yang diteliti oleh sang inovator (orang yang membuat inovasi). Inovasi biasanya sengaja dibuat oleh sang inovator melalui berbagai macam aksi atau pun penelitian yang terencana. Ibrahim, A (2013). *Pengertian inovasi dan ciri-cirinya*. Dalam melakukan inovasi, perusahaan harus bisa mengenal pasar pada industri kuliner saat ini.

Seiring perkembangan zaman, industri kuliner di Indonesia tidak pernah kekurangan pelaku bisnis. Kebutuhan pangan masyarakat Indonesia yang harus dipenuhi menjadi peluang para pelaku usaha bisnis kuliner untuk menjajakan produknya, tentu disertai inovasi produk dari masing- masing pelaku usaha. Saat ini banyak sekali kota di Indonesia yang menjadi pusat kuliner, salah satunya kota Bandung. Pemicu persaingan bisa disebabkan beberapa faktor diantaranya seperti jenuhnya konsumen terhadap produk olahan makanan yang serupa, tingkat pertumbuhan industri, kompetitor yang memiliki keunggulan dan kelemahan yang sama, dan produk yang mudah ditiru. Menurut Asosiasi Kafe dan Restoran Bandung, terdapat 3000 kafe dan restoran di kota Bandung tetapi hanya 627 yang tercatat dan memiliki izin usaha menurut Disbudpar kota Bandung per Juni tahun 2013 .

Di kota Bandung kita dapat dengan mudah menemukan berbagai macam olahan makanan dan minuman yang memiliki cita rasa tersendiri dari tiap penjual makanan. Bisa dikatakan bahwa persaingan industri kuliner sangat ketat di kota Bandung, dengan tidak adanya izin usaha pun para pelaku bisnis bisa menjadi kompetitor langsung. Walaupun dirasa tidak adil karena merugikan pelaku usaha yang memiliki izin usaha, dan pengawasan yang tidak ketat terhadap yang belum memiliki izin usaha menjadikan para pelaku usaha bisnis kuliner di kota Bandung bisa bebas menjalankan bisnisnya.

Salah satu pelaku bisnis kuliner di kota Bandung adalah Kedai Nyereung yang pada tahun 2017 beralamatkan di Jl. Hasan No. 19, Citarum. Bergerak dibidang makanan berbahan utama ayam, sapi, dan bebek. Kedai Nyereung dikenal dengan kenggulan harganya sesuai *budget* mahasiswa, ukuran daging yang disajikan pun lebih besar daripada produsen lain berbahan utama serupa, dengan varian sambal yang langsung di sajikan tepat di atas daging ayam atau bebek menjadi ciri khas utama menu di Kedai Nyereung. Pada saat itu di sekitar Kedai Nyereung terdapat beberapa kompetitor diantaranya Cekeran Midun, Sambel Lalap, Sambel Parah, dan Nasi Goreng Mafia yang sama- sama bermain di produk makanan yang pedas. Lalu ada juga Bebek Ali, Ayam Geprek, Warung Steak, dan Baso Bujangan yang juga berbahan utama ayam, bebek, dan sapi.

Pada awal tahun 2018, Kedai Nyereung berpindah lokasi di jl. Cieumbuleuit No. 151 ruko Lt 2. Konsep baru pun diusung yaitu *random stuff* yang artinya adalah perabotan yang digunakan tidak terpaku pada satu bentuk atau satu bahan saja seperti

contoh meja dan kursinya memiliki bahan yang bervariasi, ada meja yang berbentuk bulat, kotak, dan persegi panjang serta bahan dasar meja tersebut juga berbeda karena ada yang berbahan kayu maupun berbahan kayu yang dikombinasi dengan besi, selain itu kursi juga ada yang berbentuk kursi pada umumnya, sofa yang empuk, dan juga kursi yang berbentuk seperti tong apapun untuk mengisi ruang kosong. Hal ini dipilih agar dapat lebih memberikan kesan serta nilai yang berbeda dengan yang ditawarkan oleh restoran lain, selain itu juga diharapkan mampu membuat suasana terasa lebih nyaman dan unik yang dapat membuat konsumen lebih menikmati suasana saat berada di dalam Kedai Nyereung. Konsep ini dianggap lebih modern dan mengedepankan selera masyarakat kalangan anak muda. Selain perabotan juga terdapat menu baru yang berbeda dengan sebelumnya serta memiliki ruang yang lebih minimalis. Konsumen dirasa dapat lebih nyaman dengan konsep ini karena mayoritas konsumen berasal dari kalangan mahasiswa (khususnya mahasiswa UNPAR) yang menyukai kegiatan bersantai, untuk sekedar mengerjakan tugas kuliah, maupun melakukan aktivitas lainnya. Namun dengan berpindahannya lokasi Kedai Nyereung, maka para pesaingnya pun ikut berubah dengan inovasi yang beragam juga seperti contoh dari segi produk maka terdapat restoran Warong Sombar dengan makanan khas Manado-nya, Chicken Run dengan menu yang berbahan dasar ayam serta disajikan berdasarkan ukurannya, dan Cabe Rawit yang memiliki jumlah produk yang lebih inovatif dari segi pemilihan bahan dasarnya yang beragam. Selain konsep restoran yang modern, bisa dikatakan bahwa Kedai Nyereung hingga saat ini belum

memiliki bentuk inovasi lain yang mampu menarik perhatian konsumen agar dapat bersaing dengan kompetitornya.

Dengan demikian peneliti bermaksud untuk menjadikan Kedai Nyereung sebagai objek penelitian mengenai “Analisis Rancangan Inovasi Kedai Nyereung Berdasarkan Analisis SWOT dan Analisis *Value Chain*”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang yang sudah dikemukakan di atas, diketahui bahwa Kedai Nyereung merupakan bisnis yang bergerak di industri kuliner. Namun belum memiliki inovasi yang mampu membuat restoran ini bersaing dan menarik minat lebih dari konsumen. Karena kondisi tersebut peneliti menentukan beberapa pokok permasalahan yang akan dibahas, diteliti, dan dijawab dalam penelitian yang dilakukan mengenai rancangan inovasi Kedai Nyereung, yaitu :

1. Apa saja hambatan Kedai Nyereung dalam melakukan inovasi selama 3 tahun terakhir?
2. Inovasi seperti apa yang dapat dilakukan oleh Kedai Nyereung melalui analisis SWOT dan analisis *Value Chain*?
3. Inovasi apa yang disarankan oleh peneliti untuk Kedai Nyereung melalui analisis SWOT dan analisis *Value Chain*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk :



1. Mengetahui apa saja hambatan Kedai Nyereung dalam melakukan inovasi selama 3 tahun terakhir.
2. Mengetahui inovasi yang dapat dilakukan oleh Kedai Nyereung melalui analisis SWOT dan analisis *Value Chain*.
3. Mengetahui inovasi yang peneliti sarankan melalui analisis SWOT dan analisis *Value Chain*.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk :

##### **1. Dari Segi Teoritis**

Mampu memberikan sebuah gagasan ide dan informasi yang berguna untuk masyarakat atau pelaku bisnis yang menggeluti industri kuliner yang tertarik kepada Strategi Bisnis, terutama Strategi Inovasi Bisnis.

##### **2. Dari Segi Praktis**

Penulis berharap hasil penelitiannya dapat berguna bagi beberapa pihak yang terlibat maupun tidak ikut terlibat, yaitu :

##### **1. Bagi perusahaan yang terlibat**

Dapat berguna agar perusahaan tersebut semakin berkembang, dan termotivasi untuk terus melakukan inovasi yang lebih baik lagi serta bermanfaat untuk saat ini hingga masa yang akan datang.

## **2. Bagi Peneliti**

Dapat berguna untuk menambah pengalaman serta wawasan khususnya dalam hal strategi inovasi.