



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 Pertumbuhan Bisnis Kopitiam 188 Jakarta

Skripsi

Oleh

Felysia Fransisca

2014320175

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 Pertumbuhan Bisnis Kopitiam 188 Jakarta

Skripsi

Oleh

Felysia Fransisca

2014320175

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Felysia Fransisca
Nomor Pokok : 2014320175
Judul : Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis Kopitiam 188 Jakarta

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 18 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB.,M.SE :

Sekretaris

Sanerya Hendrawan, Ph.D :

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 : Felysia Fransisca

Npm : 2014320175

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis Kopitiam
188 Jakarta

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, 12 Juli 2018



Felysia Fransisca

ABSTRAK

Nama : Felysia Fransisca

NPM : 2014320175

Judul : Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis Kopitiam 188 Jakarta

Kopitiam 188 merupakan bisnis dalam industri kuliner di Kota Jakarta Barat yang didirikan oleh Tho Seng Guan sejak tanggal 20 April 2017. Penelitian ini mengkaji mengenai strategi yang digunakan untuk menumbuh kembangkan bisnis Kopitiam 188 di masa yang akan datang.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan pemilik dan observasi secara langsung di tempat. Analisis data yang diperoleh menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui posisi perusahaan melalui faktor internal dan eksternal perusahaan untuk merencanakan strategi yang tepat bagi pertumbuhan bisnis melalui penetrasi pasar di Kopitiam 188.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan Kopitiam 188 mulai memasuki tahap pertumbuhan untuk bisnisnya sehingga penggunaan teknologi sebagai sarana promosi untuk pemasaran produk banyak digunakan oleh pebisnis dibidang kuliner masa kini. Sehingga strategi pertumbuhan yang tepat digunakan Kopitiam 188 di dukung oleh kemampuan perusahaan adalah penetrasi pasar dengan melakukan pemasaran yang menggunakan teknologi. Dengan begitu Kopitiam 188 dapat mengoptimalkan pemasaran produk sehingga meningkatkan penjualan dan bisnis dapat berkembang serta bersaing dengan pesaing lainnya.

Kata Kunci: Strategi Penetrasi Pasar, Analisis SWOT, Strategi Pertumbuhan

ABSTRACT

Name : Felysia Fransisca

NPM : 2014320175

Title : *Business Strategy Growth Analysis Kopitiam 188 Jakarta*

Kopitiam 188 is a business in the culinary industry in West Jakarta City founded by Tho Seng Guan since April 20, 2017. This study examines the strategies used to grow the business Kopitiam 188 in the future.

The research method used is a survey method with a descriptive type of research. Data collection techniques used are interviews with owners and direct observation in place. Analysis of the data obtained using SWOT analysis to determine the company's position through internal and external factors of the company to plan the right strategy for business growth through market penetration in 188 Kopitiam.

The results of the research have shown that Kopitiam 188 has begun to enter the growth stage for its business so that the use of technology as a promotional tool for marketing products is widely used by businesses in the culinary field today. So that the right growth strategy used by Kopitiam 188 is supported by the company's ability to penetrate the market by using technology that uses marketing. That way Kopitiam 188 can optimize product marketing so as to increase sales and businesses can grow and compete with other competitors.

Keywords: Market Penetration Strategy, SWOT Analysis, Growth Strategy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat melakukan penyusunan terhadap penelitian yang berjudul Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis Kopitiam 188 ini dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

Tujuan penulisan penelitian dilakukan dalam rangka untuk memenuhi syarat kelulusan pada mata kuliah skripsi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis strategi yang tepat untuk digunakan kopitiam dalam menumbuhkan bisnis dalam industri dengan menggunakan metode deskriptif.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, mendukung dan menemani hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Beberapa pihak yang dimaksudkan sebagai berikut ini:

1. Tuhan YME terima kasih atas karunia dan berkat serta perlindungan dari-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dalam keadaan sehat.
2. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah membantu selama proses seminar hingga skripsi serta masukan maupun kritikan yang diberikan sehingga penulis dapat lebih memahami dan lancar dalam menyusun skripsi ini.

3. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra.,M.Si selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan dukungan dan senantiasa menyemangati.
4. Orang tua penulis, Hendri dan Liau Lipin yang selalu menyemangati, mendukung, memberikan nasehat, memberikan kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Jenny Julian, Monica Merinda dan Hendro Setiawan Salim yang selalu menyemangati penulis dan menemani dalam masa-masa sulit.
6. Pemilik Kopitiam 188 yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan observasi dan penelitian dalam proses penyusunan skripsi.
7. Teman-teman seperjuangan Ratu Shelma, Amanda Leonita, Cindy Tania, Muhammad Aditya, Gillbert Danovan yang menemani selama 4 tahun masa perkuliahan dan selalu memberikan dukungan. Semoga pertemanan kita tidak berenti di masa perkuliahan melainkan hingga kita menjadi sukses dan tua.
8. Teman-teman SMA TARQ2 Olivia Triana, Andreas Latif, Febiana Imelda dan Febiani Yovita yang memberikan dukungan dan berbagi keluh kesah yang dialami selama masa kuliah.
9. Seluruh Dosen FISIP UNPAR serta dosen-dosen program studi Ilmu Administrasi Bisnis yang senantiasa memberikan motivasi dan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi para pembacanya. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Sehingga, penulis sangat menerima terhadap kritik dan saran.

Bandung, 12 Juli 2018

Felysia Fransisca

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Manfaat Akademis	6
1.4.2. Manfaat Praktis	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Pengertian Strategi dan Manajemen Strategi	8
2.1.1. Strategi	8
2.1.2. Manajemen Strategis	9
2.1.3. Posisi Strategis	10
2.2. Teori Pendukung	12
2.2.1. SWOT Analysis	12
2.2.2. Siklus Hidup (<i>Life Cycle</i>) Perusahaan	22
2.2.3. Strategi Pertumbuhan (<i>Growth Strategy</i>)	23
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Jenis Penelitian	29
3.2. Metode Penelitian	29
3.3. Lokasi Penelitian	30

3.4	Jenis Data	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data	31
BAB IV OBJEK PENELITIAN.....		33
4.1	Profil Perusahaan.....	33
4.2	Visi Perusahaan	34
4.3	Misi Perusahaan	34
4.4	Struktur dan Tanggung Jawab	34
4.5	Produk Yang Di Tawarkan Kopitiam 188.....	35
4.6	Situasi Kopitiam 188 Saat Ini.....	37
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		40
5.1	Bagaimana situasi strategik Kopitiam 188	40
5.1.1	Analisis SWOT	40
5.2	Bagaimana strategi menumbuhkan usaha dalam industri kuliner yang dilakukan dalam kondisi pasar yang memiliki persaingan tinggi	50
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		54
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN.....		58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis Faktor Strategi Internal (IFAS)	14
Tabel 2.2 Analisis Faktor Eksternal (EFAS)	14
Tabel 2.3 Matrik IE	17
Tabel 2.4 Matriks SWOT	17
Tabel 4.1 Price List Produk Kopitiam 188	36
No table of figures entries found. Data Penjualan Produk Minuman	38
Tabel 4.3 Data Pengunjung	38
Tabel 5.1 Daftar Kopitiam / Kedai Kopi Jakarta Barat yang menggunakan Internet dan Media Sosial	41
Tabel 5.2 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) Kopitiam 188	44
Tabel 5.3 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) Kopitiam 188	45
Tabel 5.4 Matriks SWOT Kopitiam 188	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Analisis Swot.....	19
Gambar 4.1 Kopitiam 188	33
Gambar 4.2 Struktur Organisasi	35
Gambar 5.1 Hasil Survey Bekraf Tahun 2014	42
Gambar 5.1 Hasil Survey APJII Tahun 2016	42
Gambar 5.3 Hasil Diagram Analisis SWOT	46
Gambar 5.2 Contoh Akun Instagram Lau’s Kopi dan Hawker Kopitiam	52
Gambar 3.5 Hasil Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2016 Berdasarkan Usia	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Wawancara	58
Lampiran 2 : Daftar Pertanyaan Wawancara Konsumen	59
Lampiran 3 : Gambar Situasi Di Kopitiam 188	60
Lampiran 4 : Gambar Menu Makanan dan Minuman Kopitiam 188.....	61

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini persaingan bisnis menjadi semakin ketat dan juga munculnya berbagai pebisnis baru dalam industri kuliner, menuntut setiap perusahaan untuk terus melakukan perbaikan agar dapat bertahan dan menjadi yang terbaik. Perusahaan yang menyadari keadaan dinamis ini akan lebih peka terhadap segala perubahan yang terjadi di luar organisasi dibandingkan dengan perusahaan yang tidak peduli terhadap perubahan lingkungan. Dengan begitu perusahaan akan lebih cepat bereaksi dan juga melakukan antisipasi untuk menyesuaikan tujuan, strategi, taktik serta struktur organisasi pada situasi yang berubah sehingga perusahaan tetap dapat bertahan di antara persaingan bisnis yang ada.

Seperti layaknya makhluk hidup, organisasi pun memiliki siklus hidup. Siklus hidup organisasi bisa berusia sangat panjang namun juga bisa berusia pendek. Secara umum siklus hidup diklasifikasikan menjadi tahap *birth*, *growth*, *mature*, *stagnan* dan *decline*. Kondisi *birth* adalah kondisi dimana perusahaan baru memulai usahanya dan berjuang untuk bertahan hidup di antara perusahaan pesaing yang telah ada sebelumnya. Kondisi *growth* adalah kondisi dimana perusahaan semakin tumbuh dan memulai untuk membangun dirinya di pasar dengan memperluas produk dan pangsa pasar. Pada kondisi *mature*, perusahaan

berada dalam puncak keberhasilan sehingga menyebabkan perusahaan menjadi kurang inovatif dan kurang berisiko yang mengakibatkan perusahaan berfokus pada efisiensi dan bukan pada inovasi. Kondisi *stagnan* adalah kondisi dimana perusahaan tidak begitu mengalami peningkatan penjualan dan penurunan laba yang cukup drastis. Dan pada siklus hidup terakhir yaitu *decline*, kondisi pasar mulai menyusut, sedikit permintaan, dan kurangnya inovasi menyebabkan penjualan terus merosot sehingga langkah-langkah mulai dari pemotongan harga hingga konsolidasi lini produk dilakukan untuk tetap bertahan dan akhirnya perusahaan tidak dapat mempertahankan potensi kerugian sehingga terjadi kebangkrutan (Koh, Dai, dan Chang, 2012).

Perusahaan yang berada dalam kemunduran harus mampu menarik sumber daya dalam menghadapi berbagai permasalahan sebagai upaya mempertahankan pertumbuhan dan daya tahannya. Permasalahan pertama yang dihadapi adalah bertahan dari kerentanan kelahiran perusahaan (*birth company*). Permasalahan lain timbul pada saat perusahaan tumbuh, dan ketika perusahaan dewasa, permasalahan-permasalahan tersebut harus dikelola untuk menghindari awal kemunduran atau kematian.

Semua tahapan siklus hidup dalam perusahaan mempunyai peluang yang sama untuk berada dalam kemunduran. Pada tahap *birth*, jika perusahaan mampu bersaing di pasar maka perusahaan akan mengalami kemajuan sehingga berada pada tahap *growth*. Pada tahap *growth* jika perusahaan dapat lebih mengembangkan produk dan usahanya untuk memenuhi permintaan pasar serta berinovasi untuk menciptakan produk baru, perusahaan akan berada pada tahap

mature. Pada tahap *mature*, jika perusahaan tidak mampu bersaing dalam pasar yang ditandai dengan penurunan penjualan maka perusahaan akan berada pada tahap akhir dari pertumbuhan yaitu *decline*. Tetapi, ada beberapa perusahaan yang tidak memasuki tahap *decline* tetapi tetap berada pada posisi yang stabil (*stagnant*) (Hastuti, 2006).

Dalam setiap tahapan siklus hidup, semua perusahaan berpeluang untuk berada pada titik kritis. Titik kritis terjadi ketika perusahaan mengalami kemunduran yang dapat ditandai dengan adanya penurunan laba. Pada saat perusahaan yang berada pada tahap *growth* berubah menjadi tahap *mature* menunjukkan bahwa perusahaan semakin matang dan terus mengalami peningkatan. Perusahaan telah dapat menikmati ukuran keuntungan lebih dari pesaing sehingga menjadikan perusahaan berada dalam puncak keberhasilan, tetapi dalam tahap ini perusahaan lebih berfokus pada efisiensi dan bukan pada inovasi. Selain itu, titik kritis juga terjadi pada perusahaan yang berada pada tahap *mature* berubah menjadi tahap *stagnant* karena pada tahap ini perusahaan tidak begitu mengalami peningkatan penjualan sehingga berdampak pada penurunan laba yang sangat drastis. Jika pada saat perusahaan berada pada titik kritis tetapi manajemen tidak bertindak maka perusahaan akan berada pada tahap terakhir siklus hidup yaitu *decline* yang berarti perusahaan akan mati.

Objek penelitian dalam industri kuliner yaitu Kopitiam 188 yang berada di kota Jakarta Barat tepatnya berada dalam kompleks pasar laris. Kopitiam 188 mulai beroperasi sejak 20 April 2017 dengan menjual produk makanan dan minuman dengan konsep seperti *foodcourt* yang menyediakan berbagai varian

makanan serta minuman sebagai pilihan bagi para konsumen. Kajian yang akan diteliti yaitu mengenai siklus hidup bisnis Kopitiam 188 yang telah melewati tahap *birth* pada tahun pertama operasional menuju tahap *growth* untuk mencapai keuntungan yang lebih besar serta memperluas pangsa pasar yang dicapai bisnis.

Berdasarkan kondisi bisnis memasuki tahapan *growth* saat ini peneliti menganalisis strategi yang dapat digunakan untuk bisnis, sehingga bisnis dapat tumbuh dan berkembang didalam industri kuliner yang dilakukan dengan cara penetrasi pasar dan mempersiapkan bisnis dalam persaingan menghadapi para pemain di industri kuliner kota Jakarta Barat. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pertumbuhan Bisnis Kopitiam 188 Jakarta”

1.2. Identifikasi Masalah

Persaingan yang terjadi didalam industri kuliner menjadikan para pengusaha yang telah ada maupun yang baru bersaing secara ketat dalam produk dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat dengan berbagai bentuk, kemasan dan promosi pada produk atau jasa yang dilakukan para pengusaha untuk menarik minat calon konsumen.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti kopitiam 188 selama bulan April 2017 hingga saat ini kesulitan yang dialami dalam menjalankan bisnisnya yaitu kurangnya pengalaman dalam menjalankan bisnis bagi pemilik yang menjadikan

kopitiam tersebut belum memiliki strategi yang tepat dan terencana dalam menghadapi persaingan yang dalam industri kuliner di kota Jakarta Barat.

Dengan kondisi bisnis kopitiam 188 pada industri kuliner yang ada sekarang peneliti merumuskan permasalahan yang akan dikaji sebagai berikut ini:

1. Bagaimana situasi strategik Kopitiam 188 ?
2. Bagaimana strategi menumbuhkan usaha dalam industri kuliner yang dilakukan dalam kondisi pasar yang memiliki persaingan yang tinggi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Kondisi industri kuliner yang sedang berkembang di kota Jakarta menjadikan persaingan antar sesama pemain dalam industri menjadi semakin ketat dan membutuhkan usaha dalam ide-ide baru yang digunakan untuk menarik minat calon konsumen. Dalam bersaing perlu mengetahui faktor pendukung perusahaan secara internal dan eksternal untuk dapat memahami persaingan yang pada industri.
2. Dalam mempersiapkan bisnis untuk lebih berkembang perusahaan perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis secara internal untuk dapat mengembangkan dan memperbanyak kekuatan serta mengurangi kelemahan yang dimiliki perusahaan dalam persaingan bisnis.

3. Kopitiam 188 sebagai *startup* bisnis memerlukan perencanaan dalam memasuki pasar dan industri yang ada untuk memperkenalkan bisnis kepada pangsa pasar yang dituju. Oleh sebab itu perlu adanya strategi yang tepat untuk merancang langkah yang perlu dilakukan secara bertahap oleh bisnis sehingga dapat tumbuh dan berkembang dalam industri dengan melakukan penetrasi pasar.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan dalam kajian topik yang diteliti.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan dalam rangka mengaplikasikan teori-teori yang dipelajari peneliti ke dalam kasus nyata dalam dunia bisnis. Sehingga peneliti dapat membuat perencanaan strategi yang tepat untuk digunakan terhadap permasalahan dalam bisnis yang diteliti.

- Bagi Pengusaha

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pemilik bisnis dapat mempertimbangkan rancangan strategi yang dibuat penulis untuk diaplikasikan

pada bisnisnya sehingga dapat membantu usaha bisnis dalam memasuki pasar dan menghadapi pesaing usaha dalam industri yang sama.

- Bagi Pembaca

Peneliti berharap hasil dari penelitian dapat digunakan oleh pembaca sebagai referensi dalam mempelajari strategi pengembangan bagi usaha bisnis pada industri kuliner khususnya pada industri kuliner di kota Jakarta Barat.