



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 Keunggulan Bersaing Vitasari Bakery Komplek
Kurdi 49 Bandung**

Skripsi

Oleh

Tannia Suzanna

2015320131

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 Keunggulan Bersaing Vitasari Bakery Komplek
Kurdi 49 Bandung**

Skripsi

Oleh
Tannia Suzanna

2015320131

Pembimbing
Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Tannia Suzanna
Nomor Pokok : 2015320131
Judul : Analisis Keunggulan Bersaing Vitasari Bakery Komplek Kurdi 49 Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 17 Juli 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

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

Sekretaris

Sanerya Hendrawan, Ph.D :

Anggota

Angela Caroline, S.AB., M.M :

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

ABSTRAK

Nama : Tannia Suzanna

NPM : 2015320131

Judul : Analisis Keunggulan Bersaing Vitasari Bakery Komplek Kurdi 49 Bandung

Di Indonesia timbul begitu banyak persaingan di dalam industri yang sama. tak terkecuali di dalam industri makanan dan minuman. Seringnya terjadi perubahan lingkungan yang membuat perusahaan untuk sigap dalam menghadapi perubahan ini. Perusahaan berlomba-lomba untuk memiliki keunggulan bersaing dengan merencanakan strategi agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan pasar saat ini. Tak terkecuali Vitasari Bakery sudah berdiri sejak tahun 1992 yang berada di Komplek Kurdi 49 Bandung yang menawarkan berbagai variasi roti, kue, dan makanan ringan. Kemampuan perusahaan dalam menganalisis lingkungan bisnis merupakan salah satu faktor penting keberhasilan perusahaan dalam menetapkan strategi bersaing yang tepat.

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu mengetahui alternatif strategi yang sesuai dengan Vitasari Bakery dengan memperhatikan kondisi lingkungan perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan tahapan formulasi-formulasi strategi bersaing, yaitu matriks IFE , matriks EFE, matriks IE,dan matriks TOWS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal terdapat 5 kekuatan dan 5 kelemahan, dan faktor eksternal terdapat 4 peluang dan 4 ancaman. Berdasarkan matriks IFE dan EFE menghasilkan total skor sebesar 2.93 dan 2,87. Hasil matriks IE yaitu Vitasari Bakery terdapat pada posisi pertahanan dan pelihara yang berada di kuadran V dengan strategi utama penetrasi pasar dan pengembangan produk. Sementara berdasarkan hasil matriks TOWS menghasilkan strategi, yaitu bekerjasama dengan ahli penata ruang untuk menambah kenyamanan pelanggan saat berbelanja di Vitasari Bakery, menggunakan media sosial sebagai kegiatan pemasaran yang efektif, membuat paket *snack box* dengan tawaran menarik, melakukan kegiatan pemasaran untuk roti kulit angka sebagai produk unggulan Vitasari bakery, membuat perjanjian dengan *partner*, dan melakukan evaluasi pegawai untuk meningkatkan keterampilan kerja.

Kata kunci : Strategi keunggulan bersaing, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks TOWS.

ABSTRACT

Name : Tannia Suzanna

NPM : 2015320131

Title : *Analysis of Competitive Advantage Vitasari Bakery Komplek Kurdi 49 Bandung*

In Indonesia there is so much competition in the same industry. Not only in the food and beverage industry. The frequent changes in the environment have made the company ready to deal with this change. Companies are competing to have competitive advantages by planning strategies and the companies can survive in the current market competition. No exception Vitasari Bakery has been established since 1992 at Kurdi street 49 Bandung that offers a variety of breads, cakes and snacks. The company's ability to analyze the business environment is one of the important factors in the company's success in establishing the right competitive strategy.

The purpose of this study is to find out alternative strategies that are in accordance with Vitasari Bakery by analysis the company's environmental conditions. This research uses descriptive analysis method and stages of competitive strategy formulations, namely IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, and TOWS matrix.

The results of this study indicate that internal factors have 6 strengths and 6 weaknesses, and external factors have 4 opportunities and 4 threats. Based on the results of IFE matrix and EFE matrix total score are 2.93 and 2.87. The IE matrix results, Vitasari Bakery, are in the hold and maintenance position which is in quadrant V with the main strategies of market penetration and product development. Based on the results of the TOWS matrix we can get strategies, working with space management experts to increase customer comfort when customers shopping at Vitasari Bakery, using social media as an effective marketing activity, make roti kulit nangka as famous product of Vitasari Bakery, make snack box packages with attractive offers, make agreements with partners, and make employee evaluations to improve work skills.

Keywords: *Competitive advantage, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, TOWS Matrix.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Yang Maha Esa atas segala anugerah, rahmat, dan kasih-Nya yang penuh limpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Keunggulan Bersaing Toko Kue dan Roti Vitasari Bakery Komplek Kurdi 49 Bandung” sebagai tugas akhir untuk menempuh ujian sidang sarjana strata satu di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang dimiliki dalam penulisan skripsi ini karena terbatasnya kemampuan penulis dalam hal pengetahuan dan pengalaman menulis. Dengan demikian penulis telah berusaha dengan semaksimal mungkin untuk memenuhi persyaratan sesuai yang diminta.

Dalam kesempatan ini penulis juga mengucapkan ungkapan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran dan memberikan rekomendasi teori yang diperlukan penulis dan telah menyediakan waktu, tenaga, dan dukungan untuk membantu dan membimbing selama skripsi.
2. Bapak Pius Sugeng Prasetyo, Drs., M.Si., Ph.D selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Ibu M. Banowati Talim., M.Si., selaku ketua program studi ilmu administrasi bisnis.

3. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan yang memberikan pengetahuan dan bermanfaat bagi penulis.
4. Ibu Esterwati Suherman sebagai pemilik toko kue Vitasari Bakery yang telah meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara dan observasi langsung.
5. Ibu Debby Febrina yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mengumpulkan sejumlah data yang berkaitan dengan subjek penelitian.
6. Albert yang telah membantu dan memotivasi dalam pembuatan skripsi.
7. Keluarga yang selalu memberikan motivasi terbesar dalam bentuk moriil maupun materiil juga doa dan nasehat selama ini.
8. Teman-teman yang selalu membantu dan memotivasi juga berjuang bersama selama awal perkuliahan hingga skripsi.
9. Pihak-pihak lain yang penulis tidak dapat sebutkan satu-persatu, baik secara langsung maupun tidak secara langsung yang telah membantu penulis selama menyusun skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak dan apabila ada pihak yang tidak tersebutkan penulis mohon maaf. Segala kritik dan saran yang membangun akan diterima dan dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh penulis. Dengan besar harapan semoga skripsi yang ditulis oleh penulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan bagi pembaca. Terima Kasih.

Bandung, 10 Mei 2019

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Objek Penelitian	8
BAB II KERANGKA TEORI.....	9
2.1 Keunggulan bersaing.....	9
2.2 Strategi	10
2.2.1 Pengertian Strategi	10
2.2.2 Perumusan Strategi	10
2.2.3 Tipe-Tipe Strategi	12
2.2.4 Strategi Generik	12
2.3 Analisis Lingkungan Perusahaan.....	14
2.3.1 Analisis Lingkungan Eksternal	15
2.3.1.1 Lingkungan Makro	15
2.3.1.2 Lingkungan Mikro	17
2.3.2 Analisis Lingkungan Internal.....	20
2.4 Analisis Strategi Perusahaan	23
2.4.1 Pengertian SWOT	23
2.4.2 Evaluasi Faktor Eksternal.....	24
2.4.3 Evaluasi Faktor Internal.....	26
2.4.4 Matriks Internal-Eksternal (IE).....	28
2.5 Model Berfikir.....	29

BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4 Sumber Data.....	35
3.5 Teknik Analisis Data.....	35
3.5.1 Analisis Faktor Eksternal dan Internal Perusahaan.	35
3.5.2 Evaluasi Faktor Eksternal dan Internal Perusahaan	36
3.5.3 Matriks TOWS	38
3.5.4 Matriks Internal-Eksternal (IE).....	40
BAB IV OBJEK PENELITIAN	33
4.1 Profil Perusahaan	33
4.2 Visi dan Misi.....	42
4.2 Struktur Organisasi dan Tugas.....	42
4.3 Daftar Cabang.....	44
BAB V PEMBAHASAN	45
5.1 Strategi Bersaing Vitasari Bakery Saat Ini.....	45
5.2 Strategi yang Dapat Menunjang Vitasari Bakery.....	48
5.2.1 Analisis External.....	48
5.2.1.1 Analisis Eksternal Makro.....	48
5.2.1.2 Analisis Faktor Eksternal Mikro.....	51
5.2.1.3 Analisis Peluang dan Ancaman	53
5.2.1.4 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal	56
5.2.2 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	57
5.2.2.1 Analisis Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan	65
5.2.2.2 Matriks Evaluasi Faktor Internal.....	69
5.2.3 Strategi Bersaing.....	70
5.2.4 Matriks TOWS	70
5.2.5 Pembahasan Matriks SWOT.....	72
5.2.6 Matriks IE	76
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	81

6.1	Kesimpulan.....	81
6.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Vitasari Bakery Tahun 2014-2018.....	5
Tabel 2.1 Matriks EFE.....	25
Tabel 2.2 Matriks IFE.....	26
Tabel 2.3 Matriks IE.....	28
Tabel 3.1 Matriks TOWS.....	39
Tabel 4.1 Daftar Cabang.....	44
Tabel 5.1 Daftar Harga Bahan Baku Tahun 2019	49
Tabel 5.2 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik Jawa Barat Tahun 2010-2016.....	50
Tabel 5.3 Analisis Matriks EFE Vitasari Bakery.....	56
Tabel 5.4 Laba Kotor.....	64
Tabel 5.5 Analisis Matriks IFE Vitasari Bakery.....	69
Tabel 5.6 Contoh Paket.....	72
Tabel 5.7 Analisis Matriks IE Vitasari Bakery.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Berfikir.....	31
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	41
Gambar 5.1 Tempat Produksi.....	63
Gambar 5.2 Roti Kulit Nangka	66
Gambar 5.3 Suasana Vitasari Bakery.....	67
Gambar 5.4 Stok Roti Kosong.....	69

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyaknya bisnis yang berada di dalam pasar menimbulkan persaingan yang ketat. Pada dasarnya setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu industri pasar mempunyai keinginan untuk lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Semakin banyak perusahaan yang bergerak di industri yang sama, maka daya saing dalam industri tersebut akan semakin tinggi karena banyaknya produk yang ditawarkan di pasar yang sama. Konsumen disediakan berbagai pilihan yang mengakibatkan konsumen semakin kritis akan perbedaan antara satu produk dengan produk lainnya.

Pertumbuhan industri makanan dan minuman terus meningkat dari tahun ke tahun. Menurut Menteri Perindustrian, tingkat pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 9.23%. Menurut Achmad Sigit Dwiwahjono sebagai Plt.Dierjan Industri Argo Kementrian Perindustrian, industri makanan dan minuman berpotensi besar untuk bertumbuh karena didukung oleh sumber daya alam yang berlimpah dan permintaan domestik yang besar. (Puti, 2018) Pertumbuhan industri makanan dan minuman yang pesat dapat menimbulkan persaingan yang ketat. Hal ini menyebabkan para pebisnis di industri makanan dan minuman ditantang untuk bertahan di tengah-tengah persaingan.

Menurut Maulana Wahyu Jumentara, anggota Sub Sektor Bakery Gabungan Pengusaha Makanan Minuman (Gapmmi) mengatakan bahwa roti telah

menempati urutan ketiga setelah nasi dan mi sebagai makanan pokok masyarakat Indonesia. Menurut Maulana juga yang mengutip data Euromonitor, pertumbuhan rata-rata periode (CAGR) 2010-2014, bisnis roti dan kue Indonesia naik 14%. Sedangkan proyeksi pertumbuhan CAGR periode 2014-2020 untuk bisnis roti dan kue 10%. Hal ini membuktikan bahwa roti sudah menjadi makanan yang diminati di kalangan masyarakat Indonesia (Hidayat, 2017).

Semakin diminatinya roti di kalangan masyarakat, memberikan peluang bagi pengusaha untuk membuka bisnis roti di Indonesia. Pertumbuhan ini menimbulkan banyaknya toko roti dan kue yang berkembang pesat di Bandung dengan persaingan di bidang bisnis sejenis semakin ketat, karena banyaknya pilihan berbagai macam variasi bentuk serta rasa, tekstur, maupun harga yang bersaing. Hal ini mendorong pembisnis roti untuk mempunyai strategi untuk mengembangkan usahanya untuk bertahan dalam persaingan di dalam industri.

Toko kue dan roti Vitasari Bakery sudah berdiri sejak tahun 1992 yang berada di Komplek Kurdi 49 Bandung. Vitasari Bakery menawarkan berbagai variasi roti, kue, dan makanan ringan. Saat ini Vitasari Bakery memiliki empat cabang yang tersebar di Kota Bandung. Vitasari Bakery juga menawarkan berbagai macam makanan tradisional khas Jawa Barat seperti getuk, serabi, putu ayu, wajit, nagasari, ongol-ongol, dan lain-lain.

Vitasari Bakery melakukan perluasan pasar, seperti membuka empat cabang yang tersebar di Kota Bandung agar lebih mudah dijangkau oleh masyarakat. Vitasari Bakery membuka cabang di Jalan Surapati, Jalan Buahbatu,

Jalan Sabang, dan Holis. Pemilik menjelaskan bahwa mereka ingin memperluas daerah jangkauan masyarakat untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Vitasari Bakery juga membuat anak perusahaan yaitu Vitadeli yang terletak di Paskal Hypersquare yang berfokus pada konsep *dine-in* dan *café*.

Pada awalnya Vitasari Bakery memproduksi berbagai macam jenis roti yang sudah ada sebelumnya atau memiliki varian rasa yang standar seperti coklat, keju, baso, kacang, dan lain-lain. Vitasari Bakery juga menganalisis produk yang sedang laris dipasaran lalu menirunya dengan peningkatan kualitas maupun dengan persaingan harga, tetapi seiring berjalanya waktu, pemilik merasa tidak memiliki produk yang berbeda dengan toko lainnya. Akhirnya Vitasari Bakery mencoba membuat produk yang belum ada sebelumnya, seperti roti eggcheese dan roti kulit nangka. Roti ini ternyata berhasil menarik perhatian masyarakat dan terbukti penjualan roti ini paling signifikan diantara variasi yang lain. Roti kulit nangka diproduksi sebanyak 300-400 buah/ hari dan roti jagung susu 200 buah/hari sedangkan untuk varian rasa yang lain hanya di produksi sekitar 50-100 buah per harinya. Harga roti Vitasari Bakery cukup terjangkau oleh semua lapisan masyarakat, kisaran harga roti Vitasari Bakery hanya Rp3.000,00 – Rp5.000,00 untuk satu buah roti.

Dalam satu hari Vitasari Bakery Kurdi mempunyai kapasitas produksi 2000-3000 buah roti per hari dan 150 buah bolu gulung dan tart. Hal ini membuat Vitasari Bakery tidak dapat memproduksi kue-kue lainnya, maka dari itu Vitasari Bakery mempunyai beberapa *partner* untuk melengkapi variasi produksinya. Untuk semua jenis kue basah dan gorengan Vitasari Bakery tidak

memproduksinya sendiri, tetapi ada beberapa *partner* yang memproduksinya. Vitasari Bakery tidak mengambil resiko untuk setiap produk yang diproduksi oleh beberapa *partnernya* seperti produk tidak habis dijual, maka yang menanggung kerugian adalah pihak *partner*. *Partner* Vitasari Bakery dapat memasukan berbagai jenis produknya ke toko untuk dijual lagi, tentunya dengan seleksi yang ketat dari pemilik untuk menjaga setiap kualitas produk yang dijual. Vitasari Bakery mengambil keuntungan sebesar 15%-20% dari harga yang diberikan *partnernya*. Dengan sistem kerjasama ini Vitasari Bakery dapat menekan biaya dengan tidak menambah pegawai untuk memproduksi kue basah dan tidak menambah biaya untuk memperluas tempat produksi. Selain itu Vitasari Bakery memiliki sistem *self-service* dengan kata lain pelanggan mengambil produk yang diinginkan sendiri, tanpa ada pegawai yang melayaninya dan pelanggan hanya tinggal membayar produk yang dibeli di kasir. Hal ini membuat Vitasari Bakery mengefisiensikan jumlah pegawai yang melayani pelanggan di toko.

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Vitasari Bakery Tahun 2014-2018

Tahun	Jumlah pengunjung	
	(Januari-Juni)	(Juli-Desember)
2014	22879	23145
2015	18453	19047
2016	22390	24994
2017	23493	23882
2018	23299	25930

Sumber : Data transaksi Vitasari Bakery,2019

Tabel 1.1 adalah data transaksi Vitasari Bakery selama lima tahun terakhir. Semester 1 dihitung dari bulan Januari-juni, sedangkan semester 2 dihitung dari bulan Juli-Desember. Dapat dilihat dari tabel di atas adanya kenaikan pada semester ke-2, menurut owner terjadinya peningkatan pengunjung karena adanya hari raya besar seperti Lebaran dan Natal. Pada tahun 2015 jumlah pengunjung Vitasari Bakery menurun cukup signifikan karena dibukanya toko Bread.Co yang hanya berjarak sekitar sepuluh ruko dari lokasi Vitasari Bakery. Ketika awal berdirinya Bread.Co yang berada di Jl.Kurdi, Bread.Co mengadakan promosi besar-besaran dengan memberikan diskon hingga 50% untuk produk yang dijual sehingga sebagian besar pelanggan Vitasari Bakery beralih pembelian ke Bread.Co. Hal ini membuat kecemasan bagi pemilik Vitasari Bakery. Pemilikpun melakukan survei ke toko Bread.Co untuk melihat produk yang dipasarkan. Setelah melakukan survei, pemilik menyadari bahwa harga produk jika tidak diberikan diskon, harga produk Bread.co lebih mahal dibandingkan Vitasari

Bakery. Keadaan ini membuat pemilik sadar, bahwa pelanggan Vitasari Bakery selama ini sensitif terhadap harga jual. Tidak lama setelah promo Bread.Co berakhir, pelanggan Vitasari Bakery kembali lagi membeli produk yang dijual Vitasari Bakery karena harga yang lebih murah dibandingkan Bread.Co.

Dari tabel 1.1 juga dapat dilihat jumlah pengunjung Vitasari Bakery secara keseluruhan tidak begitu signifikan meningkat. Menurut pemilik, rata-rata umur pengunjung diatas 30 tahun. Pelanggan yang berkunjung ke Vitasari Bakery merupakan konsumen lama yang sudah dari dulu mengenal Vitasari Bakery. Selama ini Vitasari Bakery tidak melakukan kegiatan pemasaran dalam hal mengenalkan produk ke pasar.

Vitasari Bakery memiliki beberapa pesaing di industri yang sama seperti toko kue sari-sari, toko kue mayasari, toko kue primarasa, dan pesaing yang cukup dekat berada di satu komplek dengan Vitasari Bakery Kurdi adalah Bread.co. Sebagai salah satu toko kue dan roti yang sudah berada cukup lama di Kota Bandung. Vitasari Bakery memiliki tantangan untuk bertahan dan mempunyai keunggulan bersaing dengan toko kue dan roti lainnya yang semakin bertambah di Kota Bandung.

Maka berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ **Analisis Keunggulan Bersaing Vitasari Bakery Komplek Kurdi 49 Bandung**”

1.2 Identifikasi Masalah

Ditengah-tengah persaingan yang ketat di industri roti, Vitasari Bakery ikut berkompetisi untuk memiliki keunggulan bersaing. Maka dari itu Vitasari Bakery perlu memiliki strategi yang tepat untuk dapat bertahan. Untuk mengkaji masalah strategi yang di tetapkan Vitasari Bakery, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- Apa strategi yang sudah diambil Vitasari Bakery dalam persaingan?
- Apa langkah strategi yang dapat menunjang bisnis Vitasari Bakery?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

- Untuk mengetahui strategi yang sudah di ambil Vitasari Bakery dalam persaingan bisnis di industri roti.
- Untuk langkah strategi yang dapat menunjang Vitasari Bakery untuk menghadapi persaingan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Penulis, sebagai kesempatan untuk memperluas wawasan dan pengalaman penelitian tentang menganalisis strategi bersaing yang dilakukan oleh Toko Roti dan Kue Vitasari Bakery.

2. Vitasari Bakery, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam perencanaan dalam strategi bersaing.
3. Pembaca, diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman tentang strategi bersaing toko kue dan roti di Kota Bandung.

1.5 Objek Penelitian

Vitasari Bakery merupakan toko kue dan roti yang berada di Komplek Kurdi 49 Bandung dan memiliki empat cabang. Vitasari Bakery menawarkan 114 macam makanan ringan, 38 macam variasi roti, dan 95 macam kue. Di Vitasari Bakery pelanggan dapat mengambil sendiri makanan yang ingin mereka beli, sehingga pelanggan dapat secara bebas memilih makanan yang mereka inginkan.