



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 Inovasi Tizi Cake Shop & Restaurant

Skripsi

Oleh

Agung Hendra Prasetya Munasli

2014320065

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 Strategi Inovasi Tizi Cake Shop & Restaurant

Skripsi

Oleh

Agung Hendra Prasetya Munasli

2014320065

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D

Bandung

2019

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agung Hendra Prasetya Munasli
NPM : 2014320065
Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi Inovasi Tizi Cake Shop &
Restaurant

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, 17 Juni 2019

Penulis,
Agung Hendra Prasetya M

ABSTRAK

Nama : Agung Hendra Prasetya M
NPM : 2014320065
Judul : Analisis Strategi Inovasi Tizi Cake Shop & Restaurant

Meningkatnya keuntungan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner, telah mendorong banyak pelaku bisnis untuk memasuki pasar, sehingga tingkat persaingan menjadi sangat tajam. Tingginya persaingan dalam industri kuliner yang ada di Bandung membuat pelaku usaha harus melakukan langkah serta menetapkan strategi yang tepat agar tetap bertahan di industri kuliner. Untuk mempertahankan posisi dalam persaingan industri tersebut perusahaan harus mempertahankan konsumen yang ada, perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk menimbulkan rasa loyalitas yang dapat menguntungkan perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan adalah melakukan inovasi.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Tizi Cake Shop & Restaurant tentang inovasi bisnis yang dilakukan oleh Tizi Cake Shop & Restaurant, untuk mengetahui respon yang diberikan konsumen dari strategi inovasi yang dilakukan dan merekomendasikan langkah strategi yang dapat dilakukan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis. Dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Teknik Analisis Data dilakukan melalui metode kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT dan matriks SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Tizi Cake Shop & Restaurant menggunakan Strategi Inovasi Market Readers karena perusahaan mengutamakan perubahan incremental dan menjadi pengikut atau imitator di pasar, mendapatkan respon positif berdasarkan data yang didapat dan perusahaan disarankan untuk menggunakan strategi yang disarankan oleh peneliti berdasarkan matriks SWOT.

Kata Kunci: Strategi Inovasi, Tizi Cake Shop & Restaurant, Analisis SWOT

ABSTRACT

Name : Agung Hendra Prasetya Munasli
NPM : 2014320065
Title : *Analysis of innovation strategy Tizi cake shop & restaurant*

The Increasing profits of companies engaged in the culinary sector have encouraged many businesses to enter the market, so the density of competition becomes very high, many restaurants or cafés are out of business due to lack of income generated by business actors. Due to high competition in the culinary industry in Bandung makes business owner have to take steps and set the right strategy to stay in the culinary industry. To maintain position in the market, company must maintain the existing customers also must continue to be able to satisfy the needs and desires of consumers to create a sense of loyalty in order to benefit the company. One of the way that companies can do is innovate.

The purpose of this research is to find out the strategy of Tizi Cake Shop & Restaurant about business innovation that was done by Tizi Cake Shop & Restaurant, to find out the respond that given from consumers about the innovation strategy that was done and recommend some strategy for company to take. The type of research use is descriptive analytical. The method of research use is qualitative approach. Data Analysis Techniques through qualitative methods using SWOT analysis and SWOT matrix.

Based on the results of research it can be concluded that Tizi Cake Shop & Restaurant used Market Readers Innovation Strategy because the company prioritizes incremental change and becomes a follower or imitator on the market, got positive result from the responds by the consumers based on the data that gathered by researcher and researcher suggest company to use the strategy that suggested by researcher based from SWOT matrix.

Keywords: Innovation Strategy, Tizi Cake Shop & Restaurant, SWOT Analysis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang selalu tercurah memberikan kelancaran dan kesehatan kepada penulis sehingga dalam penulisan skripsi yang berjudul Analisis Strategi Inovasi pada Tizi Cake Shop & Restaurant ini dapat diselesaikan. Penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program Strata 1 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan juga saran kepada penulis baik selama kuliah maupun pada saat penyusunan skripsi ini berlangsung sehingga dapat terselesaikan dengan baik, terutama kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan kasih sayang, rahmat dan karunia-Nya kepada penulis.
2. Orang tua & Keluarga yang telah membiayai dan memfasilitasi penulis untuk menyelesaikan semua pembelajaran akademis
3. Teman – teman bubu yaitu Faisal, Bintang, Ihsan dan Nesha yang selalu menjadi sahabat penulis dalam keadaan senang maupun tidak senang.
4. Teman – teman TNI AD Irfan, Zek dan Dio selaku partner kerja dan partner banceng
5. Keluarga Skip & Play Irfan, Fazli, Bayu dan Arul

6. Teman – teman kampus yang membantu dan mendukung penulis Kalisha, Safira dan Khalid
7. Sobat - sobat dari masa SMA Gugum, Andri, Adi, Ivan, Dio dan Upuk
8. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D. selaku dosen pembimbing seminar dan skripsi.
9. Pihak Tizi Cake Shop & Restaurant yaitu Bapak Taufik sebagai Manajer Operasional Tizi Cake Shop & Restaurant.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis selama ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk semuanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna karena keterbatasan dalam pengalaman, sarana, dana kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta dapat menjadi salah satu bahan informasi bagi pembaca.

Bandung, Januari 2019

Agung Hendra Prasetya M

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.5 Objek Penelitian	6
BAB 2 KERANGKA TEORI	7
2.1 Strategi	7
2.2 Inovasi	8
2.3 Analisis SWOT	13
2.3.1 Fungsi Analisis SWOT	14
2.3.2 Matriks SWOT	16
2.4 Analisis Lingkungan Internal	17
2.5 Analisis Lingkungan Eksternal	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	27

3.1	Jenis Penelitian	27
3.2	Metode Penelitian	28
3.3	Teknik Pengumpulan Data	28
3.4	Teknik Analisis Data	30
3.4.1	Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity and Threat</i>)	30
BAB 4	OBJEK PENELITIAN.....	33
4.1	Sejarah Singkat Tizi Cake Shop & Restaurant.....	33
4.2	Visi dan Misi	35
4.3	Tujuan Perusahaan	36
4.4	Identitas dan Logo Perusahaan	36
4.5	Bagan Organisasi.....	38
4.6	Produk Tizi Cake Shop & Restaurant	39
BAB 5	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	44
5.1	Analisis Strategi Inovasi Tizi	44
5.1.1	Strategi	44
5.1.2	Inovasi.....	45
5.1.3	Inovasi yang dilakukan berdasarkan Strategi Inovasi	50
5.2	Respon Konsumen Terhadap Produk Inovasi Tizi.....	54
5.3	Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal	56
5.3.1	Analisis Lingkungan Eksternal	56

5.3.2	Analisis Lingkungan Internal.....	59
5.3.3	Segmenting, Targeting, dan Positioning	63
5.4	Analisis SWOT.....	64
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN	70
6.1	Kesimpulan.....	70
6.1.1	Strategi Inovasi yang digunakan Tizi Cake Shop & Restaurant	70
6.1.2	Respon konsumen dari inovasi Tizi Cake Shop & Restaurant.	70
6.1.3	Perumusan strategi yang dapat dilakukan. (SWOT).....	71
6.2	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA		76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Restoran/Café di Bandung Tahun 2013-2015	3
Tabel 2.1 Bentuk - Bentuk Inovasi.....	9
Tabel 2.2 Strategi Inovasi.....	13
Tabel 5.1 Penjelasan Penilaian.....	54
Tabel 5.2 Grafik Respon Konsumen	55
Tabel 5.3 Diagram Analisis SWOT	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Five Forces Model</i>	19
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	36
Gambar 4.2 Logo Perusahaan	37
Gambar 4.3 Struktur Organisasi	38
Gambar 4.4 Contoh Makanan	42
Gambar 5.1 Fish Fillet Tarragon	51
Gambar 5.2 Apple Crumble	52

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Makanan adalah salah satu kebutuhan paling utama manusia yang akan selalu di butuhkan selain papan dan sandang. Proses dalam pemenuhan pangan manusia dimulai dari bahan dasar yang di produksi dari pertanian atau peternakan, setelah itu hasil produksi pertanian/ peternakan tersebut didistribusikan ke pihak – pihak penjual, dimana pihak – pihak penjual dapat menjual produk dasar tersebut dengan cara di olah maupun tidak di olah.

Pihak – pihak yang menjual produk bahan olahan tersebut dapat dibagi menjadi dua, dimana produk kemasan yang cenderung lebih bertahan lama di bandingkan produk makanan siap saji di produksi secara manufaktur, sedangkan produk makanan siap saji biasa di produksi oleh outlet – outlet makanan seperti café, restaurant dan rumah makan.

Bandung sebagai kota metropolitan terbesar di provinsi Jawa Barat, dan menjadi ibu kota provinsi tersebut dengan populasi sebanyak 2.497.938 jiwa berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2017, dan menjadi kota yang terkenal sebagai surga nya kuliner dengan pola masyarakat yang konsumtif. Berdasarkan kelompok pengeluaran, lebih dari 40% penduduk kota Bandung termasuk ke dalam penduduk berpengeluaran di atas 1 juta rupiah per bulan. Pengeluaran per kapita terkecil untuk penduduk kota Bandung adalah Rp 200.000 – 299.999 yang mencakup 1,68% dari penduduk. Total pengeluaran per kapita per bulan di Kota

Bandung adalah sebesar Rp 1.433.908,00 yang terdiri dari pengeluaran makanan sebesar Rp 536.438,00 dan pengeluaran non makanan sebesar Rp 897.469,00.

Bandung dikenal dengan surganya bagi para pencinta kuliner mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakat di bidang kuliner. Bandung mempunyai peluang yang cukup besar untuk mengembangkan bisnis dalam bidang kuliner. Sejak tahun 2012 tren jumlah wisatawan yang datang ke Bandung menunjukkan adanya peningkatan. Pada tahun 2012 wisatawan yang datang yang datang mencapai 3.354.857 orang dan meningkat 10,92 persen menjadi 3.726.447 orang pada tahun 2013. Kemudian pada tahun 2014 mengalami peningkatan cukup drastis sebesar 49,01 persen sehingga total wisatawan mencapai 5.627.421 orang. Namun pada tahun 2015 mengalami penurunan 5,88 persen menjadi 5.466.009 orang. (BPS kota Bandung,2016) dan pengeluaran per kapita sebulan penduduk kota Bandung pada tahun 2015 sebesar 1.433.908 rupiah, mengalami penurunan sebesar 5,74 persen dibandingkan tahun 2014. Total konsumsi makanan per kapita sebulan sebesar 536.438 rupiah sebesar 37,41 persen dari total konsumsi, meningkat 14,06 persen dibandingkan 2014. (BPS kota Bandung, 2016).

Berdasarkan data yang ada, banyaknya wisatawan yang datang ke Bandung dan peningkatan tren konsumtif masyarakat, menunjukkan bahwa potensi akan makanan sebagai kebutuhan primer menjadi faktor yang tidak terelakan. Restoran maupun café memiliki peluang yang baik guna memenuhi kebutuhan penduduk yang terus meningkat. Dengan ada-nya potensi yang besar dalam bidang kuliner di Bandung, maka memunculkan banyak pelaku usaha dalam bidang kuliner seiring tahunnya

Tabel 1.1 Jumlah Restoran/Café di Bandung Tahun 2013-2015

No	Jenis Restaurant	2013	2014	2015
1	Fast Food	87	102	134
2	Family Style	67	79	85
3	Finne Dinning	76	81	82
4	Fast Casual	88	96	141
Jumlah		318	358	442

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung.

Meningkatnya keuntungan perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, telah mendorong banyak pelaku bisnis untuk memasuki pasar, sehingga tingkat persaingan menjadi sangat tajam, banyak restoran atau café yang gulung tikar karena kurangnya pendapatan yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Tingginya persaingan dalam industri kuliner yang ada di Bandung membuat pelaku usaha harus melakukan langkah serta menetapkan strategi yang tepat agar tetap bertahan di industry kuliner, kegiatan usaha yang pada dasarnya bertujuan untuk mendapat keuntungan guna perusahaan terus berkembang dalam persaingan yang ada di kota Bandung. Untuk mendapatkan keuntungan perusahaan harus mempertahankan konsumen yang ada, perusahaan harus terus mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk menimbulkan rasa loyalitas pada konsumen agar dapat menguntungkan perusahaan salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan adalah melakukan inovasi.

Dalam buku (Fontana, 2011) dari sisi ekonomi, perekonomian yang berdaya inovasi mampu menghasilkan nilai tambah yang unik dan substansial bagi masyarakatnya dan pada gilirannya berimbas positif kepada pelaku-pelaku

perekonomian dan seluruh perekonomian. Dan kecenderungan meningkatnya praktik-praktik inovasi pada organisasi-organisasi dewasa ini dan di masa mendatang (akan) banyak dipicu utamanya oleh perubahan kondisi lingkungan eksternal, mulai dari perubahan kondisi lingkungan umum dan global hingga perubahan lingkungan persaingan bisnis.

Dalam kesempatan ini, subjek penelitian yang diambil oleh peneliti adalah Tizi Cake Shop & Restaurant. Tizi Cake Shop & Restaurant adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman khususnya roti, kue, daging, dan lain – lain. Tizi *Cake shop & Restaurant* berdiri di Bandung sejak tahun 1973 dan dirikan oleh Ibu Sri Soedarti (almh) dan di bantu oleh suami Bapak Abu Bakar Hasan (almh).

Berdasarkan proses bisnis yang sudah cukup lama dijalankan oleh Tizi Cake Shop & Restaurant serta isu keadaan industri yang pada saat ini tingkat persaingannya sangat tinggi, peneliti tertarik untuk mengetahui apa strategi dan manajemen yang sudah dilakukan oleh Tizi Cake Shop & Restaurant agar tetap bertahan didalam persaingan industry tersebut. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada ranah Strategi Inovasi yang diambil oleh Tizi Cake Shop & Restaurant dan bagaimana proses awal mula pembentukan strategi yang diambil sampai hasil penentuan inovasi yang akan diambil oleh perusahaan. Selain menganalisis bagaimana proses pengambilan strategi inovasi Tizi Cake Shop & Restaurant, peneliti juga tertarik menganalisis factor lingkungan perusahaan baik internal maupun eksternal untuk memberikan saran-saran kepada Tizi Cake Shop

& Restaurant maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Strategi Inovasi Tizi Cake Shop & Restaurant Bandung”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka dihasilkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apa strategi inovasi bisnis yang dilakukan Tizi Cake Shop & Restaurant dalam rangka mempertahankan posisi bersaingnya?
2. Bagaimana respon konsumen terhadap inovasi yang diterapkan oleh Tizi Cake Shop & Restaurant?
3. Bagaimana langkah strategis kedepan yang dapat dilakukan Tizi Cake Shop & Restaurant?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang ada di identifikasi masalah, berikut adalah hasil yang ingin peneliti peroleh:

1. Untuk mengetahui strategi Tizi *Cake Shop & Restaurant* tentang inovasi bisnis yang di lakukan oleh Tizi *Cake Shop & Restaurant*
2. Untuk mengetahui respon yang diberikan dari strategi inovasi yang di lakukan.
3. Untuk menganalisis langkah strategis yang dapast dilakukan Tizi Cake Shop & Restaurant.

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap penelitian yang dilakukan bermanfaat bagi:

1. Manajemen perusahaan Tizi Cake Shop & Restaurant dalam menganalisis produk inovasi yang dilakukan agar dapat menentukan arah inovasi produk yang lebih baik dan sesuai oleh konsumen serta pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Pembaca, sebagai pembelajaran untuk menambah wawasan dan pengetahuan
3. Penulis, sebagai sarana belajar untuk menambah pengetahuan dengan cara langsung terlibat di lapangan sehingga dapat mengetahui pola perilaku konsumen

1.5 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah produk inovasi yang dihasilkan oleh Tizi Cake Shop & Restaurant dalam rentang tahun 2012 – 2017