



**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*

**Analisa Strategi Penetrasi Pasar Freddo Coffee Shop**

Skripsi

Oleh

Stefanno Roel Kairupan

2014320141

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*

**Analisa Strategi Penetrasi Pasar Freddo Coffee Shop**

Skripsi

Oleh

Stefanno Roel Kairupan

2014320141

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 : Stefano Roel Kairupan  
Nomor Pokok : 2014320141  
Judul : Analisa Strategi Penetrasi Pasar Freddo Coffee Shop

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 7 Agustus 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. : \_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., MM., M.Phil. : \_\_\_\_\_

**Anggota**

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil : \_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## **Pernyataan**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Stefano Roel Kairupan  
NPM : 2014320141  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Analisa Strategi Penetrasi Pasar Freddo Coffee Shop

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 Agustus 2019

Stefano Roel Kairupan

## ABSTRAK

Nama : Stefano Roel Kairupan  
NPM : 2014320141  
Judul : Analisa Strategi Penetrasi Pasar Freddo Coffee Shop

---

Sektor pariwisata merupakan sektor yang diharapkan dapat menggerakkan perekonomian nasional mengingat sektor pariwisata sedang bergerak ke arah yang positif. Jawa barat khususnya kota Bandung memiliki daya pikat yang sudah terkenal sejak dulu dari segi keramahan warganya, keindahan alamnya, fashion dan juga kulinernya. Industri kuliner atau makanan dan minuman adalah industri yang memiliki potensi bisnis yang menjanjikan untuk memulai bisnis. Dengan ditambahkan isu tentang peningkatan pendapatan di tahun 2019 dapat menjadi peluang bagi para pelaku bisnis. Oleh karena itu, banyak bermunculan pelaku bisnis yang bergerak dalam industri kuliner salah satunya Freddo Coffee Shop.

Tujuan penelitian adalah untuk membahas dan mengetahui rumusan strategi dalam menghadapi penetrasi pasar di industri kuliner oleh Freddo Coffee Shop. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan observasi untuk mengetahui lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Untuk menganalisis faktor lingkungan internal penulis menggunakan fungsi SDM, Pemasaran (4P), Keuangan dan Operasional. Dalam menganalisis lingkungan eksternal analisis yang digunakan PESTLE dan Lima kekuatan Porter. Hasil penelitian tersebut dilanjutkan dengan menggunakan matriks SWOT, Matriks Internal Eksternal dan Matriks QSPM.

Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan dari Matriks SWOT dan Matriks Internal Eksternal menunjukkan bahwa Freddo Coffee Shop berada didalam kuadran V yaitu *Hold and maintain*. Hasil akhir perhitungan matriks QSPM menunjukkan hasil strategi yang sesuai untuk dipakai Freddo Coffee Shop yaitu tetap penetrasi pasar, agar dapat meningkatkan penjualan dan dapat meningkatkan jumlah konsumen.

**Kata Kunci: Penetrasi Pasar , Industri Kuliner, Matriks SWOT, Matriks Internal Eksternal, Matriks QSPM**

## **ABSTRACT**

*Name* : Stefano Roel Kairupan

*NPM* : 2014320141

*Title* : *Market Penetration Strategy Analysis Freddo Coffee Shop*

---

*The tourism sector is a sector that is expected to move the national economy as the tourism sector is moving towards a positive direction. West Java, especially the city of Bandung has a fascination that has been well-known for a long time in terms of hospitality of its citizens, its natural beauty, fashion and also its culinary. The culinary or food and beverage industry is an industry that has promising business potential to start a business. Adding the issue of increasing income in 2019 can be an opportunity for business people. Therefore, there are many business people who are engaged in the culinary industry, one of them is Freddo Coffee Shop.*

*The purpose of this research is to discuss and know the strategy formula in facing Market Penetration in culinary industry by Freddo Coffee Shop. This research is done by interview and observation to know internal and external environment of company. To analyze internal environmental factors the author uses HR functions, Marketing (4P), Finance and Operations. In analyzing the environments that can be used by PESTLE and Porter's Five Forces. The results are continued by using SWOT matrix, External Internal Matrix and QSPM Matrix.*

*Based on the results of analysis and calculation of the SWOT Matrix and Internal External Matrix shows that Freddo Coffee Shop is in quadrant V which is Hold and Maintain. The final result of QSPM matrix calculation shows the result of suitable strategy to be used by Freddo Coffee Shop is market penetration, in order to increase sales and can increase number of consumers*

***Key Word: Market Penetration, Culinary Industry, SWOT Matrix, Internal External Matrix, QSPM Matrix***

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan berkat dan karunia – Nya agar dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian yang berjudul “Analisa Strategi Penetrasi Pasar Freddo Coffee Shop”. Penulisan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan penelitian ini penulis telah banyak mendapatkan doa, saran, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak pihak yang telah memberikan kontribusi dari awal masa perkuliahan sampai pada selesainya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas curahan nikmat, pertolongan yang tak pernah putus selama penulis menjalani perkuliahan dan penelitian skripsi ini.
2. Kepada orang tua dan seluruh keluarga yang telah banyak memberikan doa , kasih sayang, dukungan moral dan materil selama masa perkuliahan hingga masa penyusunan skripsi.

3. Kepada Dita yang telah membantu memberikan bantuan, ide dan saran kepada penulis pada saat masa perkuliahan hingga saat penyusunan skripsi.
4. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan dan dukungan kepada penulis,
5. Seluruh dosen, khususnya dosen Administrasi Bisnis yang telah berbagi ilmu dan kasih sayang kepada penulis selama perkuliahan
6. Seluruh staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan bagi penulis
7. Kepada Jordi yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Andra, Aji, Dwiki dan Faizal, terima kasih telah menjadi sahabat yang baik dari awal perkuliahan dan terima kasih atas segala cerita, canda dan tawa yang telah menghiasi hari – hari di UNPAR
9. Kepada rekan – rekan BAA, mas Edy, pak Yatno, bu Lucy, mba Wina, Gresel dan Nadia terima kasih atas pengalaman kerja yang telah diberikan, kerjasama yang sangat baik dalam menjalankan USM dan seluruh momen yang telah dilewati yang tidak dapat dilupakan.
10. Sahabat – sahabat SINDULANG, Ardi, Egar, Umbu, Uge, Jo, Opi dan Mitha yang telah berbagi pengalaman, cerita, canda dan tawa selama KKL serta terima kasih telah senantiasa selalu bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.



11. Kepada teman – teman Antir dan Indomaret
12. Teman – teman FISIP angkatan 2014

Semoga Tuhan memberikan balasan yang berlipat kepada semuanya. Besar harapan penulis agar penelitian ini dapat berguna bagi seluruh pihak – pihak yang membutuhkan

Bandung, Agustus 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Bagi Perusahaan.....	7
1.4.2 Bagi Penulis .....	7
1.4.3 Bagi Fakultas dan Program Studi .....	8
1.4.4 Bagi Pihak Lain .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Konsep Strategi.....	11
2.1.2 Manajemen Strategik .....	11
2.1.3 Tahap-Tahap Manajemen Strategik.....	12
2.1.4 Strategi Bersaing.....	13
2.1.5 Strategi Generik Porter .....	13
2.1.6 Jenis- Jenis Strategi.....	14
2.1.7 Kerangka Kerja Analitis Formulasi Strategi Komperhensif...	34
2.1.8 Pengukuran Eksternal .....	35
2.1.9 Five Force’s Porter.....	40
2.1.10 Pengukuran Internal.....	46
2.1.11 Competitive Profile Matrix- CPM.....	50

2.1.13 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE).....	52
2.1.14 SWOT Matriks.....	53
2.1.15 Matriks Internal – Eksternal (IE).....	55
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>57</b>
3.1 Metode Penelitian .....	57
3.2 Jenis Penelitian .....	57
3.3 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	58
3.4 Sumber Data .....	58
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6 Kerangka Berpikir.....	61
3.7 Teknis Analisis Data .....	61
3.8 Analisis IFAS dan EFAS .....	63
3.9 Analisis Faktor Eksternal.....	65
3.10 Analisis Matrix IE.....	67
3.11 Analisis Matix QSPM.....	68
<b>BAB IV OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>71</b>
4.1 Logo Perusahaan.....	71
4.2 Sejarah Perusahaan .....	71
4.3 Visi Dan Misi Perusahaan.....	72
4.4 Kepemilikan.....	72
4.5 Struktur Perusahaan .....	73
4.6 Job Describtion .....	73
4.7 Komposisi Pegawai.....	75
4.8 Produk Perusahaan.....	75
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>79</b>
5.1 Strategi yang di aplikasikan saat ini .....	79
5.2 Analisis Eksternal .....	81
5.2.1 Analisis PESTEL .....	81
5.2.2. Five Force Porter.....	87
5.3 Analisis Internal .....	94
5.3.1 Pemasaran .....	94

5.3.2	Sumber Daya Manusia .....	100
5.3.3	Keuangan .....	101
5.3.4	Operasional .....	101
5.4	Analisis SWOT .....	103
5.5	SWOT MATRIKS .....	111
5.6	Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	114
5.7	Internal Eksternal Matriks .....	116
5.8	Analisis QSPM .....	117
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		122
6.1	Kesimpulan .....	122
6.2	Saran .....	124
DAFTAR PUSTAKA .....		127
LAMPIRAN.....		129

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung .....	2
Tabel 1.2	Jumlah Usaha Kafe dan Resto di Kota Bandung 2013-2017 .....	3
Tabel 3.1	Matriks Faktor Internal (IFAS) .....	65
Tabel 3.2	Matriks Faktor Eksternal .....	66
Tabel 3.3	Matriks QSPM.....	70
Tabel 4.1	Komposisi Pegawai .....	75
Tabel 5.1	CPM .....	94
Tabel 5.2	Tabel SWOT .....	103
Tabel 5.3	SWOT MATRIKS.....	113
Tabel 5.6	QSPM Matriks.....	117

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Strategi Bersaing Generik (Porter, Competitive Advantage) .....	13
Gambar 2.2 Kerangka Kerja Analitis Formulasi Strategi.....	34
Gambar 2.3. The Porter Five-Forces Model.....	40
Gambar 2.4 Matriks SWOT.....	54
Gambar 2.5 The Internal-External (IE) Matrix.....	56
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir.....	61
Gambar3.2 The Internal-External (IE) Matrix.....	67
Gambar 4.1 Logo perusahaan Freddo Coffee Shop.....	71
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Freddo Coffee Shop.....	73
Gambar 4.2 Minuman di Freddo Coffee Shop .....	77
Gambar 4.3 Makanan di Freddo Coffee Shop .....	77
Gambar 5.1 Pertumbuhan ekonomi Indonesia 2011-2018 .....	83
Gambar 5.2 Social Media Advertising Audience .....	85
Gambar 5.3 Tampilan Aplikasi Gofood dan Grabfood .....	86
Gambar 5.4 Akun Instagram Freddo Coffee Shop.....	100
Gambar 5.5 Kegiatan Produksi Freddo Coffe Shop .....	102
Gambar 5.6 Poster Event dan Foto Kegiatan.....	109
Gambar 5.7 Poster Nonton Bareng Freddo Coffee Shop.....	110
Gambar 5.8 Internal Eksternal Matriks .....	116

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sektor Pariwisata merupakan aspek yang diharapkan dapat menggerakkan perekonomian nasional mengingat saat ini sektor pariwisata sedang bergerak ke arah yang positif. Indonesia memiliki sektor pariwisata yang menarik baik dari segi alam, kuliner maupun keragaman kebudayaannya. Maka dengan pengelolaan yang baik dan terarah diharapkan pariwisata di Indonesia mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung.

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi besar bagi para pelaku bisnis untuk menuangkan ide dan mengembangkan sayap usahanya. Bandung sebagai jantung Jawa Barat memiliki daya pikat yang sudah terkenal sejak dulu dari segi keramahan warganya, keindahan alamnya, *fashion*, bahkan satu yang tidak kalah penting adalah dunia kulinernya. Bandung tidak hanya memiliki tempat di hati para warganya namun juga menarik para wisatawan akan segala sesuatu yang ditawarkan kota Bandung. Berikut merupakan data statistik mengenai jumlah wisatawan manca negara dan domestik di kota Bandung yang didapat dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung.

**Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung**

Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung, 2016			
Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225.85	628.72	671.24
2012	176.55	508.05	525.74
2013	176.32	538.82	564.72
2014	180.43	527.21	580.76
2015	183.32	577.62	611.94
2016	173.36	427.58	500.62

Sumber : BPS Kota Bandung, 2018

Berdasar data statistik diatas, terjadi penurunan dalam tahun terakhir (tahun 2016 terhadap tahun 2015) , dengan demikian penting untuk mengkaji ulang upaya-upaya untuk meningkatkan kembali minat wisatawan terhadap Kota Bandung. Salah satu aspek usaha yang memiliki peluang besar meningkatkan daya tarik masyarakat lokal maupun wisatawan domestik juga mancanegara adalah wisata kuliner. Kota Bandung telah banyak melahirkan para pebisnis yang berupaya mengembangkan usahanya dalam industri perkulineran seperti warung tenda, kedai, restoran, cafe dan konsep lainnya. Para pelaku usaha berupaya membuat konsep yang menarik untuk membuat konsumen mendatangi tempat usahanya sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen



serta dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Salah satu yang paling diminati oleh pelaku usaha adalah membuka usaha café, khususnya coffee shop.

**Tabel 1.2 Jumlah Usaha Kafe dan Resto di Kota Bandung  
2013-2017**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah café, resto dan bar</b>
<b>2013</b>	645
<b>2014</b>	653
<b>2015</b>	759
<b>2016</b>	795
<b>2017</b>	795

Sumber : BPS Kota Bandung, 2018

Saat ini juga dapat kita lihat pada kondisi sekarang, dimana semakin banyak usaha cafe atau coffee shop yang menjamur di kota-kota besar Indonesia tak terkecuali di kota Bandung. Selain itu gaya hidup para masyarakat urban khususnya kaum millennial mulai interest dengan kopi. Kini kopi bukan minuman yang hanya dinikmati oleh orang tua saja, namun dengan berbagai kalangan. Kopi juga memiliki cita rasa yang cocok dinikmati dalam berbagai suasana, selain itu adanya *demand* besar terhadap tempat-tempat nongkrong yg bersifat *all in one*, maksudnya selain memiliki menu yang menarik namun juga memiliki suasana dan fasilitas yang mendukung seperti wi-fi salah satunya, sehingga dapat memberikan rasa nyaman bagi *customer*-nya.

Di Kota Bandung sudah mulai menjamur berbagai coffee shop dengan konsep dan berbagai keunggulan yang diusungnya masing-masing, ada yang berfokus pada cita rasa kopi yang khas, keahlian baristanya, hingga menggungkan konsep tematik tempatnya. Hal – hal tersebut merupakan daya tarik yang dijadikan keunggulan bersaing untuk menarik pengunjung dan mendapatkan pelanggan dalam pasar yang sama. Kondisi persaingan pemain bisnis coffee shop di kota Bandung begitu sangat ketat. Maraknya coffee shop di banyak sudut Kota Bandung ini jelas menciptakan tensi bersaing yang cukup tinggi. Masyarakat sebagai target konsumen selalu membuat ekspektasi dan standar kepuasan tertentu yang dihubungkan dengan kreatifitas dan keunggulan yang dimiliki dan disajikan oleh setiap coffee shop. Tidak sedikit kedai kopi yang berusaha bertahan dalam persaingan berakhir gagal karena tidak memiliki keunggulan kompetitif yang kuat serta kurang mampu mengelola bisnis nya dengan baik. Oleh karena itu, masing-masing coffee shop harus memiliki keunggulan kompetitif serta manajemen bisnis yang baik agar mampu menarik konsumen dan sanggup bertahan dalam industri.

Belum lagi persaingan dengan kompetitor yang sudah memiliki nama besar dan meluas secara nasional yang juga menyajikan konsep coffee shop seperti Starbucks, J.co dan Coffee bean, sehingga coffee shop local tidak hanya dituntut untuk bersaing secara tepat dengan sesama pebisnis local lainnya namun juga dengan para competitor asing yang namanya sudah besar dikalangan masyarakat luas. Kompetitor yang sudah memiliki nama besar skala nasional rata-rata sudah berani berkomitmen memberikan promo secara berkala, misalnya Starbucks memberikan promo “Tumbler Day” pada setiap tanggal 22 setiap bulannya, lalu

J.co memberikan nilai lebih dengan memberikan free donat setiap pembelian minumannya, promo-promo tersebut menjadi salah satu strategi untuk menarik pelanggan dan dapat menjadi ancaman bagi pengusung bisnis coffee shop yang lain. Kelebihan lain yang dimiliki oleh kompetitor –kompetitor tersebut juga dari segi lokasi, pusat perbelanjaan (mall) dan pusat kota menjadi sasaran dimana banyak orang berkegiatan, sehingga untuk menguasai pasar cenderung lebih mudah. Maka dari itu perlu adanya kekuatan bersaing dari para coffee shop agar terus dapat bersaing di pasaran.

Freddo Coffee Shop menawarkan aneka kopi unggulan, juga memiliki menu minuman non-coffee serta makanan yang bervariasi sehingga dapat menjadi pilihan menarik bagi para konsumennya. Tempat yang nyaman serta fasilitas yang cukup lengkap juga menjadi upaya untuk membuat para konsumennya nyaman serta loyal. Walau dapat terus menjaga eksistensinya hingga kini, namun dalam perjalanannya Freddo coffee shop juga mengalami jatuh bangun. Pada tahun 2017 omzet yang di dapat Freddo Coffee Shop sempat menurun, salah satu aspek penunjangnya adalah manajemen bisnis yang kurang baik, hingga pada akhirnya dilakukanlah perombakan struktur manajemen hingga perlahan omzetnya mulai tumbuh kembali. Pertumbuhan omzet juga dikarenakan adanya implementasi startegi-strategi baru seperti memperkuat network dengan bekerja sama dengan beberapa komunitas. Dengan dibangunnya networking tersebut maka diharapkan dapat meningkatkan branding dari Freddo Coffee Shop sendiri. Sehingga dapat dikatakan pentingnya menentukan strategi bersaing yang tepat dan efektif ditengah persaingan yang ketat ini agar dapat mempertahankan

keberlangsungannya seiring semakin banyak coffe shop baru yang lahir di Kota Bandung ini. Untuk dapat bertahan menghadapi persaingan, restoran atau cafe harus mampu menciptakan daya saing agar dapat unggul dalam persaingan. Masing-masing perusahaan harus mempunyai suatu startegi yang di unggulkan seperti melakukan pemasaran secara gencar ke berbagai kalangan masyarakat. Strategi tersebut merupakan bagian dari penetrasi pasar, dimana perusahaan mengedepankan kekuatan pemasaran untuk mendapat konsumen dan meningkatkan volume penjualannya .

Strategi penetrasi pasar (market penetration) menurut Ansoff (1957) adalah strategi untuk mendapatkan revenue growth dengan cara menfokuskan diri pada penjualan produk-produk yang sudah ada (exiting product) pada pasar yang sudah atau sedang digarap (existing markets).

Berdasarkan uraian gejala dan fanomena yang sudah dipaparkan di atas penulis ingin melakukan penelitian tentang stategi penetrasi pasar yang dapat menjadikan Freddo Coffee Shop dapat bersaing dan bertahan dengan judul “Analisa Strategi Penetrasi Pasar Freddo Coffee Shop”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi peneterasi pasar yang selama ini dipakai oleh Freddo Coffee Shop?

2. Bagaimana analisis lingkungan eksternal dan internal pada Freddo Coffee Shop?
3. Strategi apa yang perlu direkomendasikan kepada Freddo Coffee Shop berdasarkan hasil analisis ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui strategi yang sudah dipakai selama ini oleh Freddo Coffee Shop.
2. Mengetahui keadaan lingkungan eksternal dan internal pada Freddo Coffee Shop dalam menghadapi persaingan.
3. Mengetahui dan merekomendasikan strategi yang masih belum terjangkau oleh Freddo Coffee Shop.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Bagi Perusahaan**

- Memberikan rekomendasi strategi kepada perusahaan untuk dapat mempertahankan eksistensinya di masa mendatang, memperbaiki dan meningkatkan strategi bersaing dalam menghadapi persaingan.

#### **1.4.2 Bagi Penulis**

- Memberikan pengalaman dan wawasan baru dalam menganalisis strategi bersaing dalam suatu perusahaan.
- Sebagai bentuk pengaplikasian ilmu yang di dapat selama mengenyam studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program

Studi Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan Bandung dalam konsentrasi Strategi dan Kebijakan Bisnis.

- Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

#### **1.4.3 Bagi Fakultas dan Program Studi**

- Guna menjalin hubungan baik antara Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung dengan Freddo Coffee Shop.
- Sebagai inventaris hasil penelitian mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung dengan konsentrasi ilmu Strategi dan Kebijakan Bisnis.

#### **1.4.4 Bagi Pihak Lain**

- Dapat menjadi sumber informasi dan menambah wawasan bagi pembaca.
- Digunakan sebagai acuan penelitian dengan pokok permasalahan sejenis.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Berikut merupakan sistematika penulisan dalam penulisan skripsi ini yang merupakan laporan dari hasil penelitian yang telah dilakukan di Freddo Coffee Shop.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini berisi teori-teori yang mendasari masalah yang akan diteliti, penelitian terdahulu, hipotesis terkait penelitian dan model penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, metoda penelitian, jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, metode pengumpulan data, oprasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pedoman pengisian kusioner, serta metode dan alat analisis.

### **BAB IV : OBJEK PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian.

### **BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian serta analisis.

## BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh penelitian dan saran-saran yang diharapkan dapat berguna di masa yang akan datang.