



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

Rancangan Strategi Bersaing Kurokoffee di Kota Bandung

Skripsi

Oleh

Bertilia Kanina

2015320006

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

**Rancangan Strategi Bersaing Kurokoffee di Kota
Bandung**

Skripsi

Oleh

Bertilia Kanina

2015320006

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Bertilia Kanina
Nomor Pokok : 2015320006
Judul : Rancangan Strategi Bersaing Kurokoffee di Kota Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 15 Juli 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, S.T., M.AB

Sekretaris

Dr. Orpha Jane, S. Sos., M.M.

Anggota

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

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Bertilia Kanina
NPM : 2015320006
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Rancangan Strategi Bersaing Kurokoffee di Kota
Bandung

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, 20 Juni 2019

Bertilia Kanina

ABSTRAK

Nama : Bertilia Kanina

NPM : 2015320006

Judul : Rancangan Strategi Bersaing Kurokoffee di Kota Bandung

Pesatnya perkembangan kedai kopi dipicu oleh perubahan gaya hidup dan pertumbuhan ekonomi kelas menengah di Bandung sehingga menghasilkan persaingan yang ketat antar kedai kopi atau café. Dalam menghadapi persaingan ini Kurokoffee yang berlokasi di Kota Bandung, belum memiliki strategi bersaing. Melalui penulisan ini, penulis ingin mengetahui strategi apa yang diterapkan oleh Kurokoffee saat ini dan bagaimana faktor internal dan eksternal mempengaruhi Kurokoffee dalam menjalankan usahanya.

Penulis menggunakan jenis penulisan deskriptif dengan metode penulisan kualitatif. Dengan menggunakan pengamatan (observasi) dan wawancara terstruktur untuk mendapatkan data atas objek penulisan. Data dianalisis dengan menggunakan analisis faktor eksternal yaitu PESTEL dan *Five Forces* serta faktor internal lalu diolah dengan matriks SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian, Kurokoffee menggunakan strategi bersaing diferensiasi agar mampu untuk memiliki keunggulan bersaing. Merujuk pada hasil analisis ini, perusahaan disarankan untuk menyempurnakan strategi diferensiasi. Dengan harapan untuk dapat mempertahankan keunggulannya dibandingkan pesaing yang ada.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Kedai Kopi, Analisis Internal, Analisis Eksternal, Matriks SWOT

ABSTRACT

Name : Bertilia Kanina

NPM : 2015320006

Title : *Competitive Strategy Planning of Kurokoffee in Bandung*

Coffee shop have grown rapidly due to the continuous change and shifts of lifestyle and the economic growth of middle-class customers in Indonesia, resulting in an intense competition between other coffee shops or café. Facing the competitiveness of other coffee shop and café, Kurokoffee still doesn't have their own competitive strategy yet to compete against other coffee shop or café. This research was conducted to help author understand the strategy that Kurokoffee currently apply and how the internal and external factors affect Kurokoffee in running its business.

The author uses descriptive research with qualitative study and the data for this research was collected using observations including structured interviews done by the author. Data was analyzed using analysis external factor (PESTEL and Five Forces) and internal factors and then data processing using SWOT Matrix.

Based on the result of the research done by the author, Kurokoffee uses differentiative competitive strategy to earn the competitive advantages. The advice that the author can provide related to the results of this study is for Kurokoffee to refine the differentiation strategy to maintain the competitive advantage that Kurokoffee has in comparison to other competitors.

Keyword: *Competitive Strategy, Coffee Shop, Internal Analysis, External Analysis, SWOT Matrix*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Semesta dan Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang selalau menyertai penulis sehingga dalam penulisan skripsi yang berjudul Rancangan Strategi Bersaing Kurokoffee di Kota Bandung dapat diselesaikan dengan baik.

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

1. Dr. Orpha Jane, S. Sos., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis selama penulisan skripsi ini.
2. Keluarga tercinta Ayah, Ibu, dan Mas Adi yang selalu memberikan doa, motivasi, serta dukungan kepada penulis.
3. Ko Johan Suriadihalim selaku pemilik Kurokoffee atas waktu dan kesempatannya untuk menjadikan Kurokoffee sebagai objek penelitian penulis.
4. Sahabat SMA penulis yaitu Stella, Rika, Michelle, Sandra, Jerry, Vincent, Evan, Andre, Dominic, dan Jordy atas semangat tiada henti yang diberikan saat penulis membutuhkan semangat ketika semasa

kuliah sampai akhirnya penulis bersemangat menyelesaikan skripsinya.

5. Sahabat seperjuangan yang selalu ada untuk menemani skripsi yaitu Rahel, Eduardus, Alessandro, Picco, dan Christian.
6. Sahabat dari KKN APTIK gelombang ke-2 yaitu Ronald, Michelle, Sovia, Claudia, Geodamara, dan Aland.
7. Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2015 terutama Modesty, Christella, dan Manda atas kebersamaan dan pengalamannya.
8. Teman seperjuangan yaitu Felisitas, Sherly, Desy, dan Sisca.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis selama ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan ilmu, sarana, dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca tulisan ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi semua khususnya pihak-pihak terkait.

Bandung, 20 Juni 2019

Bertilia Kanina

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penulisan	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN TEORI.....	6
2.1 Pengertian Strategi.....	6
2.1.1 Jenis Strategi	6
2.2 Manajemen Strategi.....	9
2.2.1 Tahap-tahap Manajemen Strategi	10
2.3 Pengertian Strategi Bersaing	11
2.3.1 Strategi Bersaing Generik	12
2.4 Lingkungan Eksternal Perusahaan	13

2.4.1	Lingkungan Eksternal Makro.....	13
2.4.2	Lingkungan Eksternal Mikro	15
2.5	Lingkungan Internal Perusahaan	17
2.5.1	Manajemen.....	17
2.5.2	Pemasaran	18
2.5.3	Keuangan.....	20
2.6	Pengertian SWOT.....	20
2.6.1	Unsur-unsur SWOT	20
2.6.2	Matriks SWOT	21
2.7	Kerangka Berpikir	22
2.8	Penelitian Terdahulu.....	23
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian	25
3.1.1	Penelitian Kualitatif	25
3.1.2	Tipe Deskriptif Analitis.....	26
3.2	Sumber Data	26
3.3	Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1	Wawancara.....	28
3.3.2	Observasi.....	28
3.4	Teknik Analisis Data	29
3.4.1	Analisis PESTEL	29
3.4.2	Analisis Model Lima Kekuatan Porter.....	29
3.4.3	Analisis Matriks SWOT (Internal dan Eksternal).....	30

3.5	Gambaran Besar Model Penulisan	31
BAB IV OBJEK PENELITIAN		32
4.1	Sejarah Perusahaan.....	32
4.2	Profil Perusahaan.....	33
4.2.1	Visi Perusahaan.....	33
4.2.2	Misi Perusahaan	33
4.2.3	Tagline Perusahaan	33
4.3	Lokasi Perusahaan	34
4.3.1	Papaya Supermarket.....	34
4.3.2	Hana Bank Dago	34
4.3.3	PVJ	34
4.3.4	Cimbuleuit 130.....	34
4.4	Produk dan Harga pada Kurokoffee	34
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN.....		37
5.1	Strategi Kurokoffee Saat Ini	38
5.2	Analisis Eksternal Kurokoffee	42
5.2.1	Analisis PESTEL	43
5.2.2	Analisis Lima Kekuatan Porter Kurokoffee.....	50
5.3	Analisis Internal Kurokoffee	55
5.3.1	Analisis Fungsi Manajemen SDM	55
5.3.2	Analisis Fungsi Bauran Pemasaran.....	58
5.3.3	Analisis Fungsi Manajemen Keuangan.....	61
5.4	Output Analisis Eksternal (Peluang dan Ancaman)	62

5.5	Output Analisis Internal (Kekuatan dan Kelemahan).....	63
5.6	Matriks SWOT Kurokoffee	63
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		69
6.1	Kesimpulan.....	69
6.2	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN.....		75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4. 1 Daftar Menu dan Harga pada Kurokoffee	34
Tabel 5. 1Pendatang Baru Industri Makanan dan Minuman	51

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir.....	22
Bagan 5. 1 Analisis PESTEL	43
Bagan 5. 2 Analisis Lima Kekuatan Porter.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Proses Pembakaran Biji Kopi	38
Gambar 5.2 Sudut untuk Berfoto di Area Bebas Asap Rokok	39
Gambar 5.3 Sudut untuk Berfoto di Area Merokok.....	40
Gambar 5.4 Sudut untuk Berfoto dengan Latar Belakang Berbagai Bungkus Kopi.....	40
Gambar 5.5 Berbagai Macam Pastri.....	41
Gambar 5.6 Nilai Produk Domestik Bruto Indonesia pada Triwulan II Tahun 2018	45

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis di Indonesia berkembang semakin pesat, salah satu tandanya adalah munculnya usaha baru yang beragam, seperti industri makanan dan minuman. Saat ini aktivitas makan dan minum tidak lagi bertujuan hanya untuk mengenyangkan perut, tetapi sudah menjadi gaya hidup tersendiri untuk masyarakat. Maka, industri makanan dan minuman dapat menjadi sektor penting dalam kontribusi yang cukup besar bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut Ketua Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI) dalam Liputan6, pertumbuhan industri makanan dan minuman berkontribusi sebesar 6,21 persen terhadap PDB nasional pada Kuartal III 2017, dan mengalami peningkatan 3,85 persen jika dibandingkan tahun sebelumnya (Kencana, 2018).

Kota Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang menjadi destinasi wisata favorit di kawasan Asia tahun 2015 dengan urutan keempat setelah Bangkok, Seoul, dan Mumbai. Data tersebut diperoleh dari hasil survei independen melalui Facebook terhadap wisatawan nusantara dan mancanegara. Menurut Nunung Sobari sebagai Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa barat, Kota Bandung menempati urutan kelima se-Asia Pasifik dan urutan ke-21 di dunia terkait pariwisata (Wahyuni, 2015).

Kota Bandung berperan penting dalam pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia. Salah satunya adalah bisnis *coffee shop* yang sedang ramai dijalankan seperti halnya kota-kota besar di Indonesia. Sejalan dengan banyaknya *coffee shop* baru yang bermunculan, menuntut *coffee shop* untuk selalu berinovasi dan menjaga kualitas untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan-pelanggan baru.

Dalam industri yang menghasilkan barang atau jasa, terdapat lima faktor yang dapat menentukan tingkat persaingan dan daya tarik pasar: masuknya pendatang baru, daya tawar-menawar pemasok, daya beli pembeli, ancaman produk substitusi, dan persaingan antara para peserta pesaing yang ada (Porter, 1980).

Persaingan bisnis sangat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan. Persaingan membantu perusahaan untuk menentukan strategi bersaing yang baik bagi perusahaan. Strategi bersaing merupakan rencana bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan dari strategi bersaing adalah untuk mendapatkan posisi yang menguntungkan dan menjaga keunggulan bersaing dibandingkan para pesaing di industri yang sama.

Kurokoffee merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang jasa makanan dan minuman yang berbentuk *coffee shop* dan didirikan di Kota Bandung pada tahun 2017. Sebagai salah satu *coffee shop* yang baru mulai berbisnis, Kurokoffee menambah salah satu dari daftar panjang *coffee shop* di Kota Bandung. Dengan semakin banyaknya industri makanan dan minuman di Kota Bandung, Kurokoffee menjadikan hal tersebut sebagai tantangan sekaligus peluang untuk ikut bersaing

dengan *coffee shop* lain. Saat ini, Kurokoffe belum memiliki strategi bersaing yang khusus. Strategi yang digunakan untuk menjaga eksistensinya adalah menjaga kualitas biji kopi yang diperoleh dari perkebunannya sendiri.

Dengan konsep yang unik, Kurokoffee terletak di lokasi-lokasi yang strategis yaitu di Papaya Supermarket, Hana Bank Dago, PVJ, dan Cimbuleuit, Kurokoffee memiliki pangsa pasar yang luas.

Tujuan dari Kurokoffee adalah untuk menyediakan kopi berkualitas bagi semua orang dan tetap bertahan dalam persaingan bisnis. Diperlukan strategi bersaing agar Kurokoffee dapat tetap bertahan dalam persaingan bisnis di industri sejenis guna menjaga loyalitas konsumen. Selain itu, ciri khas Kurokoffee yang dikenal pelanggan mampu menarik para konsumen yang ingin menikmati kopi yang diperoleh langsung dari kebun sendiri.

Atas dasar tersebut, penelitian penulis adalah mengenai strategi yang sesuai untuk diterapkan Kurokoffee agar perusahaan ini terus berjalan, bertahan, dan memiliki nilai tambah untuk mendapatkan konsumen dan untuk menghadapi persaingan yang ada dengan judul : “Rancangan Strategi Bersaing Kurokoffee di Kota Bandung”.

1.2 Rumusan Masalah

Banyaknya pesaing yang ada di dalam industri makanan dan minuman khususnya *coffee shop*, membuat setiap *coffee shop* harus memiliki strategi bersaing yang efektif dan tepat guna bagi perusahaan agar tidak kalah dengan para

pesaingnya. Berikut ini akan dikemukakan dan diidentifikasi pokok-pokok persoalan dari fenomena tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi apa yang diterapkan oleh Kurokoffee saat ini?
2. Bagaimana faktor internal dan eksternal mempengaruhi Kurokoffee dalam menjalankan usahanya?

1.3 Tujuan Penulisan

Sehubungan dengan adanya pokok permasalahan yang telah dipaparkan, maka tujuan penulis dalam penulisan ini adalah:

1. Mengetahui, mengkaji, dan membahas strategi apa yang telah diterapkan Kurokoffee dalam menjalankan usahanya.
2. Mengetahui dan membahas faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi Kurokoffee dalam menjalankan usahanya.

1.4 Kegunaan Penelitian

- Bagi penulis

Selain untuk menjadi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan, penelitian ini sekaligus bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing yang ada di dalam dunia bisnis.

- Bagi perusahaan

1. Sebagai pedoman sekagus pemikiran serta bahan pertimbangan pihak perusahaan untuk bersaing secara kompetitif.

2. Menjadikan hasil penulisan sebagai bahan evaluasi dan meningkatkan kinerja perusahaan di masa mendatang.