

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

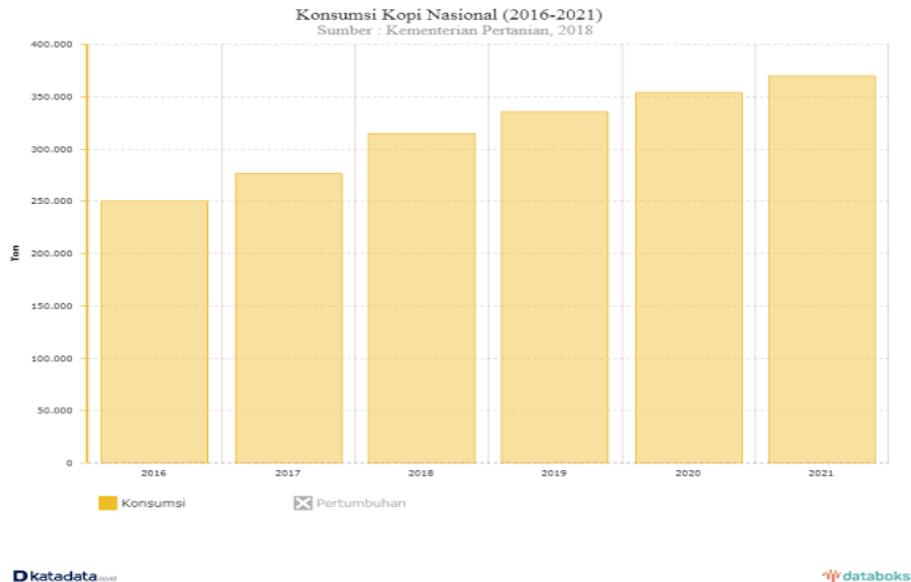
Pada dasarnya perusahaan mengarahkan tujuannya untuk memperoleh keuntungan/laba yang optimal dalam menjalankan operasi perusahaan secara *continue*. Untuk memperoleh keuntungan dari setiap aktifitas yang dilakukan perusahaan, maka perusahaan berupaya untuk melakukan berbagai usaha dan menyusun strategi agar perusahaan tetap bertahan. Namun pada kenyataannya, perusahaan dihadapkan pada kondisi persaingan karena adanya banyak peluang usaha yang besar yang semakin meningkat dalam keterbukaan bisnis. Kondisi ini menuntut perusahaan harus lebih kreatif serta inovatif dengan menawarkan sesuatu yang bernilai lebih dibanding yang dilakukan oleh kompetitor. Inilah yang dituntut oleh pasar yang menjadi fokus atau sasaran untuk bersaing.

Pada umumnya, perusahaan berupaya untuk memenuhi harapan konsumen, dengan membangun kepercayaan dalam suatu hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggannya. Misalnya dalam kualitas pelayanan, kualitas produk, loyalitas konsumen terhadap perusahaan, jenis produk yang ditawarkan hingga aspek lingkungan yang disuguhkan oleh perusahaan agar tepat pada sasarannya.

Dalam kaitannya tersebut diatas, salah satu langkah strategis yang dilakukan oleh perusahaan adalah menyusun suatu rencana yang komprehensif dengan kebijakan sebagai langkah utama dalam mengimplementasikan rencana untuk memenuhi harapan konsumen, contohnya salah satu upaya perusahaan dalam menerapkan strategi sebagai cara mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu, strategi yang diterapkan harus memberikan gambaran yang jelas dan teratur tentang upaya yang dilakukan perusahaan dan menggunakan setiap kesempatan atau peluang yang berpotensi besar untuk meningkatkan *market share*, *brand image* serta permintaan terhadap produk yang ditawarkan.

Kota Bogor sebagai salah satu tempat wisata yang banyak diminati pengunjung dari masyarakat lokal bahkan wisatawan. Untuk daerah Bogor sendiri bukan hanya tempat wisata yang dikunjungi namun pula kedai kopi yang banyak digemari para kalangan.

Berdasarkan pada fakta di atas, banyak perusahaan yang tertarik untuk membuka bisnis kuliner untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain dari nilai investasi yang cenderung lebih kecil juga adanya potensi pasar yang besar. Salah satu jenis usaha kuliner yang diduga akan mengalami peningkatan adalah *coffee shop*. *Coffee shop* menjadikan permintaan kopi di Indonesia kian meningkat.

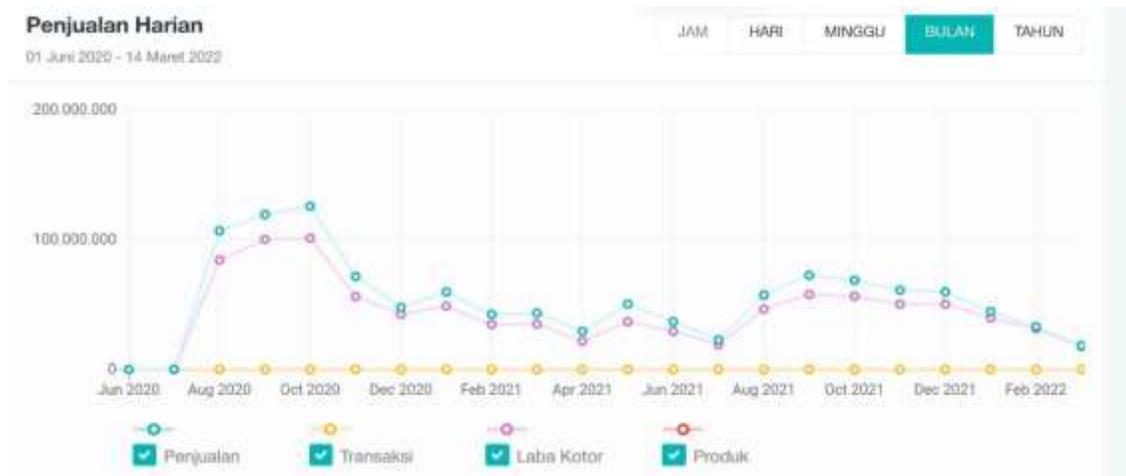


**Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)**

Dari gambar 1.1 terlihat bahwa konsumsi kopi dari 2016-2021 semakin meningkat, sehingga peluang keberhasilan bisnis *coffee shop* sangat menjanjikan, terutama di kawasan Cisarua Bogor. Bisnis kedai kopi menjadi fenomena dan menjadi daya tarik masyarakat kota Bogor, khususnya di kawasan Cisarua Puncak banyak sekali peluang untuk mendirikan usaha/bisnis *coffee shop*. Salah satu *coffee shop* yang berada di Cisarua Puncak yaitu *Bromelia Coffee and Eatry*.

*Bromelia Coffee and Eatry* didirikan oleh Ibu Nurunnisa Setiawan dan dibangun pertama kali ditujukan untuk observasi tanaman bunga bromelia pada Tahun 2014 yang dilengkapi fasilitas tubing dan rafting, seiring perkembangan zaman dan melihat potensi di sekitar puncak yang merupakan daerah wisata yang memiliki sedikit kedai kopi, maka didirikannya *Bromelia Coffee and Eatry* yang bertujuan untuk menyuplai kafein harian dan edukasi kopi di daerah puncak yang masih belum “melek kopi”, yang beralih dari taman observasi menjadi kedai kopi berkonsep alam dengan pemandangan pinggir sungai.

Dalam perkembangan penjualan Bromelia *Coffee and Eatry* menunjukkan bahwa dari bulan ke bulan cenderung fluaktif. Seperti pada gambar, tidak stabilnya pendapatan yang didapat oleh Bromelia *Coffee and Eatry*. Seperti yang tersaji pada Gambar 1.2 berikut:



**Gambar 1.2 Laporan Penjualan Bromelia *Coffee and Eatry***

(Sumber : Hasil Pengolahan Data Kedai Kopi Bromelia *Coffee and Eatry*)

Gambar 1.2 menyajikan penjualan Bromelia *Coffee and Eatry* dalam 3 Tahun terakhir yaitu tahun 2020, 2021 dan tahun 2022. Pada pertengahan tahun 2020 sampai Oktober 2020 terdapat peningkatan penjualan sebesar Rp. 120.000.000,-. Pada bulan desember 2020 sampai dengan Juni 2021 terdapat penurunan penjualan sebesar Rp. 50.000.000,- atau penurunan sebesar 41,67% dari Rp.120.000.000,-. Bulan Agustus 2021 sampai Oktober 2021 terdapat kenaikan sebesar Rp.75.000.000 dari Rp.50.000.000,- atau penurunan sebesar 33,33%. Kemudian, mulai Oktober 2021 sampai dengan Februari 2022 terdapat penurunan penjualan sebesar Rp.15.000.000,- dari Rp.50.000.000,- atau penurunan sebesar 70%. Karena terjadinya penurunan penjualan maka perlunya diteliti Strategi Pengembangan Bisnis untuk menaikkan penjualan. yang menunjukkan bahwa terjadinya penurunan pendapatan pada tahun 2021 hingga 2022. Tidak cukup sampai disini saja, saat ini Bromelia *Coffee and Eatry* lebih menekankan pada strategi kualitas produk dan inovasi tempat. Dengan mempertahankan cita rasa makanan dan melakukan inovasi tempat agar selalu memberikan kesan yang berbeda kepada pengunjung *cafe*. Karena terjadinya penurunan penjualan, maka perlunya diteliti strategi pengembangan bisnis yang harus dilakukan Bromelia *Coffee and Eatry* untuk meningkatkan kembali

penjualan. Tujuan dari Strategi Pengembangan Bisnis untuk mengetahui faktor internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan, sedangkan faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Salah satu tujuan dilakukan evaluasi adalah untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal. Berdasarkan hal ini. Maka tertulis tertarik maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **Strategi Pengembangan Bisnis Bromelia Coffee and Eatry di Puncak Cisarua Bogor.**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut :

1. Pendapatan Bromelia *Coffee and Eatry* tidak stabil.
2. Ketatnya persaingan penjualan *coffee shop* sejenis di Puncak Cisarua.
3. Membangun *brand image* yang baru guna menetapkan *positioning* Bromelia *Coffee and Eatry*.
4. Media promosi yang tepat untuk menarik minat konsumen.
5. Menu yang tersedia belum bertambah..

## **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah Bromelia *Coffee and Eatry* bahwa permasalahan yang ada cukup mempengaruhi pengembangan bisnis. Agar tidak luasnya penelitian, maka penulis hanya membahas masalah agar pemecahan masalah lebih terarah, maka penulis hanya membahas tentang Strategi Pengembangan Bisnis Bromelia *Coffee and Eatry* di Puncak Cisarua Bogor.

## **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja faktor lingkungan internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan Bromelia *Coffee and Eatry*?
2. Apa saja faktor lingkungan eksternal yang menjadi peluang dan ancaman Bromelia *Coffee and Eatry*?

3. Alternatif strategi apa saja yang bisa digunakan untuk mengembangkan Bromelia *Coffee and Eatry* agar masih bertahan ?
4. Prioritas alternatif strategi apa yang dapat dilakukan oleh Bromelia *Coffee and Eatry* agar masih bertahan dan berkembang ?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis faktor lingkungan internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan Bromelia *Coffee and Eatry*.
2. Untuk menganalisis faktor lingkungan eksternal yang menjadi peluang dan ancaman Bromelia *Coffee and Eatry*.
3. Untuk menganalisis alternatif strategi yang digunakan untuk mengembangkan Bromelia Bromelia *Coffee and Eatry* agar masih bertahan.
4. Untuk menganalisis prioritas alternatif strategi apa yang dapat dilakukan oleh Bromelia Bromelia *Coffee and Eatry* agar masih bertahan dan berkembang.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dapat digunakan sebagai informasi kekuatan untuk perusahaan sehingga dapat mempergunakannya untuk mengatasi kelemahan yang akan terjadi pada perusahaan.
2. Sebagai masukan dan informasi peluang yang dapat di manfaatkan dan mempersempit ancaman yang akan dihadapi dalam menjalankan kelangsungan usaha.
3. Sebagai masukan dan informasi tentang strategi yang tepat dan dapat menerapkannya dalam kegiatan operasional dalam menjaga keberlangsungan usaha.
4. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta pengalaman bagi penulis khususnya di bidang manajemen strategi sehingga dapat mengaplikasikannya jika membangun usaha dan bisnis.
5. Bisa dimanfaatkan menjadi referensi dan informasi bagi peneliti lainnya khususnya yang akan melakukan penelitian dengan menggunakan topik sama.

6. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen strategi serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan bisnis strategi dan usaha.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

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

Bab ini membahas tentang teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan pengumpulan data teknik pengumpulan data jenis dan sumber data, metode analisis.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan, kondisi lingkungan internal dan eksternal, pembahasan hasil analisis strategi pengembangan.

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang hasil analisis data dan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.