

**ANALISIS STRATEGI BISNIS SEMBAGI COFFEE
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**MAULIDIYA MUCHLISOTUL ULYA
NIM : 2411806833**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI BISNIS SEMBAGI COFFEE DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS**

Oleh:

Nama : MAULIDIYA MUCHLISOTUL ULYA
NIM : 2411806833
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok pada Tanggal 12 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Sentot Eko Baskoro, S.Si., MM, MH

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta., SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI BISNIS SEMBAGI COFFEE
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS**

Oleh :

Nama : Maulidiya Muchlisotul Ulya
NIM : 2411806833
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 12 Agustus 2022
Waktu : 08.00 – 09.20 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Jhonson Sitanggang, SP., MM

Anggota I : Mei Iswandi, SE., MM

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MAULIDIYA MUCHLISOTUL ULYA
NIM : 2411806833
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3276054110999017
Alamat : Jl.Warujaya III No.84 Kp. Sugutamu RT.001 RW.022 Kel.
Mekarjaya Kec. Sukmajaya Kota Depok, Jawa Barat

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Bisnis Sembagi Coffee dalam Menghadapi Persaingan Bisnis ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 12 Agustus 2022

MAULIDIYA MUCHLISOTUL ULYA

ABSTRAK

MAULIDIYA MUCHLISOTUL ULYA. NIM 2411806833. Analisis Strategi Bisnis Sembagi Coffee Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis.

Dalam perkembangan pada zaman era industri 4.0 masyarakat mengalami pergeseran pada nilai sosial budaya yang berlangsung secara perlahan dan pesat. Perubahan - perubahan tersebut dapat dikarenakan oleh faktor lingkungan eksternal atau adanya hubungan dengan kebudayaan dari luar yang menjadikan masyarakat memiliki gaya hidup yang berbeda beda.

Tidak heran jika masyarakat Indonesia sendiri meminum kopi. Bahkan masyarakat lokal menjadikan aktivitas minum kopi sebagai minuman sehari-hari, tidak seperti penduduk perkotaan, menciptakan pola dan gaya hidup minum kopi.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menganalisis strategi bisnis yang diterapkan oleh Sembagi Coffee. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis Bisnis Model Kanvas, SWOT dan QSPM. Jenis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini kemudian dijadikan alternatif strategi usaha. Hasil analisis yang telah dilakukan oleh Sembagi Coffee menunjukkan bahwa strategi bisnis dapat berjalan dengan lancar dan seimbang di tengah banyaknya pesaing. Dengan adanya pesaing tersebut, menjadi tantangan tersendiri bagi pemilik usaha untuk menciptakan inovasi untuk mengembangkan usahanya.

Kata Kunci: Manajemen, Strategi, Persaingan, BMC, Analisis SWOT

ABSTRACT

MAULIDIYA MUCHLISOTUL ULYA. NIM 2411806833. *Analysis of the Business Strategy of Sembagi Coffee in Facing Business Competition*

In the development of the industrial era 4.0, society experienced a shift in socio-cultural values that took place slowly and rapidly. These changes can be caused by external environmental factors or a relationship with culture from outside which makes people have different lifestyles.

No wonder the Indonesian people themselves drink coffee. Even local people make coffee drinking as their daily drink, unlike urban residents, creating coffee drinking patterns and lifestyles.

This study aims to see and analyze the business strategy implemented by Sembagi Coffee. This research was conducted using the Business Model Canvas, SWOT and QSPM analysis methods. This type of research was conducted using qualitative research with a descriptive approach. The results of this study are then used as an alternative business strategy. The results of the analysis conducted by Sembagi Coffee show that the business strategy can run smoothly and balanced in the midst of many competitors. With these competitors, it becomes a challenge for business owners to create innovations to develop their business..

Key Words : Management, Strategy, Competition, BMC Analysis, SWOT

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Analisis Strategi Bisnis Sembagi Coffee dalam Menghadapi Persaingan Bisnis ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat yang semakin gemar untuk mengkonsumsi kopi. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui model *coffee shop* seperti apa yang diinginkan masyarakat di masa yang akan datang.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
2. Ibu Altatit Dianwati S.Si., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
3. Sentot Eko Baskoro, S.Si., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan nilai baik.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi dalam mengajar sehingga penulis mendapatkan ilmu dan wawasan.
5. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
6. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani

masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.

7. Ayahanda Drs.Mulyadi ,Ibunda Yani Sugiarti dan kakak saya Fina Himmatul Ulya tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
8. Suami saya Awaludin yang telah memberikan cinta,kasih sayang doa serta ketersediaan waktunya kepada penulis sehingga penulis bersemangat dalam melakukan penelitian.
9. Anak saya tercinta yang sedang didalam kandungan, yang telah bekerja sama dalam penyusunan skripsi ini.
10. Pemilik dan karyawan Sembagi Coffee yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 12 Agustus 2022
Penulis,

MAULIDIYA MUCHLISOTUL ULYA
NIM: 2411806833

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Perumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen	8
2.1.2 Strategi	8
2.1.3 Manajemen Strategi	9
2.1.4 Bentuk-Bentuk Strategi	9
2.1.5 Konsep Strategi	10
2.1.6 Peranan Strategi	10
2.2 Persaingan Bisnis	11
2.3 Keunggulan Bersaing	11
2.4 Bisnis Model	12
2.5 Model Bisnis Kanvas (<i>Business Model Canvas</i>)	12
2.5.1 Segmen Pelanggan (<i>Customer Segments</i>)	13
2.5.2 Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	14
2.5.3 Saluran (<i>Channels</i>)	15
2.5.4 Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationships</i>)	16
2.5.5 Arus Pendapatan (<i>Revenue Sreams</i>)	16
2.5.6 Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>)	17
2.5.7 Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>)	17
2.5.8 Kemitraan Utama (<i>Key Partnership</i>)	18
2.5.9 <i>Cost Structure</i> atau Struktur Biaya	18
2.6 Penelitian Terdahulu	19

2.7 Kerangka Konseptual.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Tempat dan Lokasi Penelitian	23
3.2 Jenis Penelitian	23
3.3 Informan Penelitian	24
3.4 Sumber Data.....	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	25
3.7 Metode Analisis Data.....	26
3.7.1 <i>Business Model Canvas</i>	27
3.7.2 Analisis SWOT.....	28
3.7.3 Matriks QSP (<i>Quantitative Strategies Planning</i>).....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Gambaran Umum Sembagi Coffee	33
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	33
4.1.3 Gambaran Umum Responden	33
4.1.4 Struktur Organisasi Sembagi Coffee	34
4.2 Analisis Bisnis Model Sembagi Coffee dengan Pendekatan BMC (<i>Business Model Canvas</i>).....	35
4.2.1 Segmen Pelanggan (<i>Customer Segment</i>)	36
4.2.2 Proporsi Nilai (<i>Value Propostition</i>).....	36
4.2.3 Saluran (<i>Channels</i>)	37
4.2.4 Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship</i>)	38
4.2.5 Arus Pendapatan (<i>Revenue Stream</i>)	38
4.2.6 Sumber Daya Utama (<i>Key Resources</i>)	38
4.2.7 Aktivitas Kunci (<i>Key Activities</i>).....	39
4.2.8 Kemitraaan Utama (<i>Key Partnership</i>)	39
4.2.9 Struktur Biaya (<i>Cost Structure</i>).....	39
4.3 Analisis SWOT.....	40
4.3.1 Analisis Faktor Internal	40
4.3.2 Analisis Faktor Eksternal.....	43
4.3.3 Hasil Analisis Faktor Internal dan Eksternal	46
4.4 Analisis TOWS.....	47
4.5 Matriks QSP (<i>Quantity Strategic Planning</i>)	49
4.6 Business Model Canvas Baru.....	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1. Simpulan	53
5.2. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Daftar Nama Pesaing di Sekitar Wilayah Sembagi Coffee Depok	4
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1.	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	23
Tabel 4.1	Jenis kelamin, pendidikan dan usia responden.....	34
Tabel 4.2	<i>Business Model Canvas (Existing)</i>	35
Tabel 4.3	Identifikasi Faktor Internal Sembagi Coffee	41
Tabel 4.4	Penentuan Nilai Bobot Faktor Internal	41
Tabel 4.5	Penentuan Nilai <i>Rating</i> Faktor Internal	42
Tabel 4.6	Pembobotan Faktor Internal	42
Tabel 4.7	Identifikasi Faktor Eksternal Sembagi Coffee	43
Tabel 4.8	Penentuan Nilai Bobot Faktor Eksternal.....	44
Tabel 4.9	Penentuan Nilai <i>Rating</i> Faktor Eksternal.....	44
Tabel 4.10	Pembobotan Faktor Eksternal	45
Tabel 4.11	Matriks TOWS	48
Tabel 4.12	Hasil Analisis QSPM.....	49
Tabel 4.13	<i>Business Model Canvas (Concept)</i>	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 The Business Model Canvas	13
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	22
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT	28
Gambar 3.2 Matriks SWOT	29
Gambar 3.3 Kombinasi Analisis SWOT dengan <i>Business Model Canvas</i>	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sembagi Coffee	34
Gambar 4.2 Diagram SWOT	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan.....	57
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	58
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 4. Hasil Kuesioner Penelitian	63
Lampiran 5. Kartu Bimbingan.....	71
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	72