

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
DE'JATI COFFEE GARDEN**

SKRIPSI

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

Oleh:

FEBY AMELIA
NIM: 2411907471



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
DE'JATI COFFEE GARDEN**

Oleh :

Nama	: Feby Amelia
NIM	: 2411907471
Jurusan	: Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 15 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

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

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
DE'JATI COFFEE GARDEN**

Oleh :

Nama : Feby Amelia
NIM : 2411907471
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 15 Agustus 2023
Waktu : 14.20 – 15.40 WIB

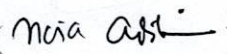
DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Jhonson Sitanggang, SP, M.M

()

Anggota : Maya Andini Kartikasari, SP, M.M

()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Altatit Dianawati, S.Si, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : FEBY AMELIA

NIM : 2411907471

Jurusan : Manajemen

Nomor KTP : 3271064202000003

Alamat : Seremped Barat RT 01/ RW 04 No 11

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Bisnis De'Jati *Coffee Garden* di De'Jati *Coffee Garden* 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 keserjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 15 Agustus 2023

FEBY AMELIA

ABSTRAK

FEBY AMELIA. NIM 2411907471. Strategi Pengembangan Bisnis De'jati Coffee Garden.

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat terutama di bidang industri minuman kopi, yang diikuti dengan perkembangan gaya hidup masyarakat Indonesia saat ini yang merupakan masyarakat modern dengan dukungan kemajuan teknologi yang semakin berkembang serta informasi yang mudah diakses. Pada saat ini banyak pebisnis yang melebarkan sayapnya di industri makanan dan minuman. Melakukan penjualan secara offline dan juga online. Sehingga kondisi persaingan bisnis *coffee shop* semakin ketat sehingga berdampak kepada perkembangan De'jati Coffee Garden yang perlu strategi untuk membuat perusahaan tetap bertahan dan berkembang.

Tujuan penelitian ini untuk menggali dan mengetahui bisnis De'jati Coffee Garden berdasarkan Business Model Canvas, menganalisis alternatif strategi menggunakan analisis SWOT, merekomendasikan strategi bisnis De'jati Coffee Garden dimasa mendatang. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang didapat dari observasi, wawancara, kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah Business Model Canvas, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT dan QSPM.

Hasil penelitian diperoleh skor terbobot matriks IFE dan matriks EFE. Berdasarkan hasil matriks IFE dengan skor 2,571 dan matriks EFE sebesar 3,054 diketahui bahwa posisi De'jati Coffee Garden pada matriks IE berada pada kuadran II yaitu tumbuh dan membangun (grow and build). Yang menunjukkan bahwa prioritas strategi yang dapat dilakukan salah satunya strategi WO yaitu, Meningkatkan efektivitas promosi melalui sosial media untuk meningkatkan penjualan. Pada Bisnis Model Canvas baru hasil penelitian ini pada segmen pelanggan sudah terarah dengan mencakup semua kalangan, wisatawan kota bogor menciptakan berbagai inovasi produk secara berkala, saluran yang digunakan mulai merambah ke media sosial lain seperti tiktok, youtube serta website, mitra kerja mulai lebih melibatkan konten kreator, dalam sumber daya utama terjadi penambahan dan dari elemen model bisnis yang di analisa, menuntut adanya penambahan biaya yang harus dikeluarkan namun bisa dipenuhi dengan meningkatkan pada pemasaran di media sosial agar meminimalisir biaya yang dikeluarkan.

Kata Kunci : Strategi, Business Model Canvas, matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT, matriks QSP

ABSTRACT

FEBY AMELIA. NIM 2411907471. *De'jati Coffee Garden Business Development Strategy.*

The development of business in Indonesia is currently experiencing very rapid growth, especially in the coffee industry, which is followed by the development of the lifestyle of today's Indonesian society which is a modern society with the support of growing technological advances and easily accessible information. At this time many businesses are spreading their wings in the food and beverage industry. Make sales offline as well as online. The condition of coffee shop business competition is getting tighter so that it has an impact on the development of De'jati Coffee Garden which needs a strategy to make the company survive and develop.

The purpose of this research is to explore and find out about De'jati Coffee Garden's business based on the Business Model Canvas, analyze alternative strategies using SWOT analysis, and recommend business strategies for De'jati Coffee Garden in the future. Sources of data used in this study are primary data and secondary data obtained from observations, interviews, questionnaires. The analytical tools used are the Business Model Canvas, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, SWOT Matrix and QSPM.

The research results were obtained from the weighted scores of the IFE matrix and the EFE matrix. Based on the results of the IFE matrix with a score of 2.571 and the EFE matrix of 3.054 it is known that the position of De'jati Coffee Garden in the IE matrix is in quadrant II, namely grow and build. Which shows that one of the priority promotion strategies that can be carried out is the WO strategy, namely, increasing effectiveness through social media to increase sales. In the new Business Model Canvas, the results of this research on the customer segment are targeted by covering all circles, Bogor city tourists create various product innovations on a regular basis, the channels used are starting to spread to other social media such as tiktok, YouTube and websites, work partners are starting to involve more content creators, in the main resources there are additions and from the elements of the business model reported, demands for withdrawal of costs must be incurred but can be met by increasing marketing on social media to minimize costs incurred.

Keywords: *Strategy, business strategy, Business Model Canvas, IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, SWOT matrix, QSP matrix*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh curahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan De’Jati *Coffee Garden*” ini tepat pada waktunya. Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak.

Penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Bisnis De’Jati *Coffee Garden* ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena manajemen strategi bisnis bagi perusahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan penjualan yang stabil dan meningkat sehingga perlu menentukan alternatif strategi bisnis dan penulis ingin mengetahui bagaimana manajemen strategi bisnis dalam meningkatkan penjualan bagi Bisnis De’Jati *Coffee Garden*.

Dalam proses penulisan, untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak H. Nurdin Rifa’I SE., MSc. MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi.
5. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.

6. Yang paling istimewa yaitu Ayahanda Mahpudin, Ibunda Yoyoh Setiawati, dan Adik Fadil Septian Akbar tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
7. Rekan-rekan mahasiswa Angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Bapak Ahmad Solihin selaku *Manager* yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Seluruh keluarga, sahabat, teman – teman tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan dorongan yang luar biasa selama proses penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis sangat menyadari masih perlu banyak perbaikan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga kedepannya penulis bisa menulis lebih baik lagi. Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Depok, 15 Agustus 2023
Penulis,

FEBY AMELIA
NIM : 2411907471

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDALUHUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Perumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Sistematika Penulisan	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Strategi	7
2.1.2 Pengembangan Usaha	7
2.1.3 Business Model Canvas	8
2.1.4 Analisis SWOT	12
2.1.5 <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) dan <i>Evaluasi Faktor</i> <i>Eksternal</i> (EFE)	14
2.1.6 Matriks Internal Eksternal (IE)	15
2.1.7 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Konseptual	21
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 22
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	22
3.2 Jenis Penelitian	22
3.3 Jenis Data	23

3.4 Informan Penelitian	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
3.6 Teknik Analisis Data	24
3.6.1 <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	25
3.6.2 Analisis SWOT elemen BMC	26
3.6.3 Matriks IFE (<i>Internal Factors Evaluation</i>)	26
3.6.4 Matriks EFE (<i>External Factors Evaluation</i>)	27
3.6.5 Matriks IE	27
3.6.6 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	28
 BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	30
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	30
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	30
4.1.2 Visi dan Misi	30
4.1.3 Struktur Organisasi	31
4.2 Analisis Lingkungan Internal	33
4.2.1 Sumber Daya Manusia	33
4.2.2 Pemasaran	33
4.2.3 Keuangan	37
4.2.4 Operasional dan Produksi	38
4.3 Analisis Lingkungan Eksternal	38
4.3.1 Politik	38
4.3.2 Ekonomi	39
4.3.3 Faktor Sosial, Budaya dan Demografi	40
4.3.4 Faktor Teknologi	41
4.4 Analisa Kekuatan Bersaing	42
4.4.1 Ancaman Pendatang Baru	42
4.4.2 Ancaman Produk Pengganti (<i>Substitusi</i>).....	43
4.4.3 Kekuatan Penawaran Pembeli	43
4.4.4 Kekuatan Penawaran Pemasok	43
4.4.5 Persaingan Diantara Perusahaan Yang Ada	44
4.5 Analisis Elemen Bisnis Model Canvas De'jati <i>Coffee Garden</i>	46
4.6 Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal	48
4.6.1 Kekuatan	48
4.6.2 Kelemahan	50
4.6.3 Peluang	52
4.6.4 Ancaman	53
4.7 Analisis Matriks IFE dan EFE	54
4.7.1 Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	54
4.7.2 Matriks EFE (<i>Eksternal Factor Evaluation</i>)	56

4.8 Tahap Pencocokan	56
4.8.1 Analisis Matriks IE (Internal-Eksternal)	57
4.8.2 Matriks SWOT	58
4.9 Tahap Keputusan	61
4.9.1 QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	61
4.10 <i>Business Model Canvas</i> Baru	65
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Simpulan	69
5.2 Saran	70
 DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks IFE	15
Tabel 2.2 Matriks EFE	15
Tabel 2.3 Matriks QSP	16
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	22
Tabel 3.2 Identifikasi SWOT pada sembilan elemen BMC	26
Tabel 3.3 Tabel QSPM.....	29
Tabel 4.1 Perbandingan Harga	36
Tabel 4.2 Inflasi 2018 – 2022	39
Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Kota Bogor	41
Tabel 4.4 Matriks IFE De’jati <i>Coffee Garden</i>	55
Tabel 4.5 Matriks EFE De’jati <i>Coffee Garden</i>	56
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Matriks QSP	63
Tabel 4.7 Analisis Prioritas Strategi.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Restoran, Rumah Makan, dan Cafe di Kota Bogor	1
Gambar 1.2 Omset Penjualan De'Jati <i>Coffee Garden</i> Selama 1 Tahun	2
Gambar 1.3 Promosi Melalui Unggahan Instagram	3
Gambar 2.1 <i>Business Model Canvas</i>	9
Gambar 2.2 Matriks SWOT	13
Gambar 2.3 Matriks Internal-Eksternal (IE)	16
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual	21
Gambar 3.2 Struktur Business Model Canvas	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi De'Jati <i>Coffee Garden</i>	31
Gambar 4.2 Daftar Menu De'jati <i>Coffee Garden</i>	35
Gambar 4.3 Promosi Melalui Unggahan Instagram	37
Gambar 4.4 Jumlah Restoran, Rumah Makan, dan Cafe di Kota Bogor	44
Gambar 4.5 Business Model Canvas De'jati <i>Coffee Garden</i>	45
Gambar 4.6 Suasana Kebun Jati	48
Gambar 4.7 Lahan Parkir De'jati <i>Coffee Garden</i>	50
Gambar 4.8 Promosi Melalui Unggahan Instagram	51
Gambar 4.9 Matriks IE De'jati <i>Coffee Garden</i>	57
Gambar 4.10 Matriks SWOT De'jati <i>Coffee Garden</i>	59
Gambar 4.11 <i>Business Model Canvas</i> Baru De'jati <i>Coffee Garden</i>	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penetapan BMC Pada Faktor Internal dan Eksternal	73
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara	75
Lampiran 3. Kuesioner Penepatan Rating	79
Lampiran 4. Penentuan Faktor Internal dan Eksternal	82
Lampiran 5. Kuesioner Penentuan Strategi	89
Lampiran 6. Surat Keterangan Penelitian	99
Lampiran 7. Dokumentasi De'Jati <i>Coffee Garden</i>	100
Lampiran 8. Kartu Bimbingan	101
Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup	102