

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
FREDDO *COFFEE SHOP***

Skripsi

diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata



oleh

Marsya Asmaragitha

1601998

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2020

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS

FREDDO COFFEE SHOP

Oleh

Marsya Asmaragitha

Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Marsya Asmaragitha 2020

Universitas Pendidikan Indonesia

Juni 2020

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.

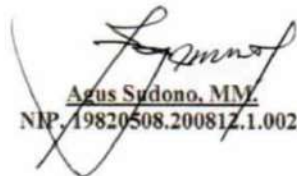
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,

Dengan dicetak ulang, di foto copy, atau cara lainnya tanpa ijin dari peneliti.


LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
FREDDO COFFEE SHOP

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing 1


Agus Sudono, MM.
NIP. 19820508.200812.1.002

Pembimbing 2


Gitasiswhara, SE. Par., MM.
NIP. 19730510.200812.1.002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, SS., MM.Par
NIP. 19700320.200812.2.001

ABSTRAK

Marsya Asmaragitha, 2020. **STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS FREDDO COFFEE SHOP**. Dibimbing oleh Agus Sudono, MM. dan Gitasiswhara, SE., Par., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk membuat alternatif strategi pengembangan bisnis dan menganalisis kondisi internal dan eksternal di Freddo Coffee Shop. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif dan deskriptif kualitatif dengan menggunakan data hasil wawancara, penyebaran angket/kuesioner dan studi dokumentasi. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang telah berkunjung ke Freddo Coffee Shop. Data angket/kuesioner diperoleh dengan menyebarkan kepada 100 responden. Untuk menganalisis faktor internal dan eksternal di Freddo *Coffee Shop* menggunakan matriks IFE (*INTERNAL FACTOR EVALUATION*), matriks EFE (*EXTERNAL FACTOR EVALUATION*), matriks IE (*INTERNAL EXTERNAL*), matriks SWOT (*STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITIES THREAT*) dan matriks QSPM (*QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX*). Hasil analisis IFE menunjukkan bahwa nilai tertinggi yaitu pada faktor cita rasa dan kualitas produk sudah baik sedangkan hasil analisis EFE menunjukkan bahwa media promosi yang semakin beragam. Berdasarkan hasil analisis IE Freddo berada pada koordinat 2,51:2,66 atau berada pada sel V yaitu Growth & Stability. Strategi umum yang digunakan yaitu meningkatkan penjualan dan profit dengan memanfaatkan baik dalam produksi maupun pemasaran, perusahaan dapat meningkatkan produk dengan cara berinovasi pada produk lama ataupun baru, maupun jasa pelayanan menyesuaikan dengan permintaan pasar terkini tujuannya untuk meningkatkan nilai jual dan kualitas produk. Berdasarkan penelitian ini, penulis merekomendasikan lima (5) strategi alternatif untuk mengembangkan Freddo Coffee Shop berdasarkan hasil analisis matriks SWOT. Pengolahan data melalui matriks QSPM bahwa strategi alternatif prioritas yang relevan untuk di implementasikan Freddo yaitu meningkatkan promosi melalui berbagai media dalam memaksimalkan potensi bisnis coffee shop. Media promosi bisa dilakukan dengan cara promosi berkala dengan secara rutin setiap akhir bulan untuk menarik antusias pelanggan ataupun penyebaran brosur yang menarik.

Kata Kunci : strategi pengembangan bisnis, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM.

ABSTRACT

*Marsya Asmaragitha, 2020. **FREDDO COFFEE SHOP BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY. Guided by Agus Sudono, MM. and Gitasiswhara, SE., Par., MM.***

This research aims to create an alternative business development strategy and analyze internal and external condition in Freddo Coffee Shop. The research method used in this research is quantitative and descriptive qualitative methods using data from interviews, questionnaires, and literature studies. The population in this study are consumers who have visited Freddo Coffee Shop. Questionnaire data obtained by spreading 100 questionnaires for 100 respondents. To analyze internal and external factors at Freddo Coffee Shop using IFE matrix (INTERNAL FACTOR EVALUATION), EFE matrix (EXTERNAL FACTOR EVALUATION), IE matrix (INTERNAL EXTERNAL), SWOT matrix (STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITIES THREAT), and QSPM (QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX). IFE analysis result shows the highest value is factor of taste and product quality that has been good, the result of the EFE analysis shows that media promotion is increasingly diverse. Based on the results of IE analysis Freddo is at coordinates 2.51: 2.66 or is in cell V, namely Growth & Stability. The general strategy used is to increase sales and profits by utilizing both production and marketing, the company could improve products by innovating on old or new products, as well as improving services by adjusting to recent market demand to obtain added value and product quality. Based on this study, the authors tried five (5) alternative strategies to develop Freddo Coffee Shop based on the results of the SWOT matrix analysis. Processing data through the QSPM matrix that relevant alternative priority strategic for Freddo's implementation is increasing promotion through various media to maximize coffee shop business potential. Media promotion could be done by regular promotion at the end of every month to attract customers.

Keywords: *business development strategy, IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM.*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Pariwisata.....	9
2.1.2 Restoran	10
2.1.3 Kopi	12
2.1.4 <i>Coffee Shop</i>	14
2.1.5 Manajemen Strategi	16
2.1.6 Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi	19
2.1.7 Penjelasan Matriks	20
2.2 Kajian Empirik Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Hipotesis.....	35
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Objek Dan Subjek Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Operasional Variabel.....	37
3.4 Populasi Dan Sampel.....	43

3.4.1 Populasi.....	43
3.4.2 Sampel	44
3.4.3 Teknik Sampling.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.6 Jenis Dan Sumber Data	47
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	48
3.7.1 Uji Validitas	48
3.7.2 Uji Reliabilitas	52
3.8 Metode Pengolahan Data.....	54
3.8.1 Tahap Input	54
3.8.2 Tahap Pencocokan	56
3.8.3 Tahap Pengambilan Keputusan	59
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Responden.....	61
4.1.1 Karakteristik Responden.....	61
4.1.2 Pemilik Freddo Coffee Shop	61
4.1.3 Karyawan	61
4.1.4 Konsumen Freddo Coffee Shop.....	63
4.2 Analisis Data dan Pembahasan.....	67
4.2.1 Analisis SWOT.....	67
4.3 Formulasi Alternatif Strategi.....	92
4.3.1 Matriks IFE.....	92
4.3.2 Matriks EFE.....	94
4.3.3 Matriks IE	96
4.3.4 Posisi Kuadran SWOT.....	98
4.3.5 Matriks SWOT.....	99

4.3.6 Matriks QSPM	102
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1 SIMPULAN.....	105
5.2 SARAN	106
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	113
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	141
Personal Identity	141

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyyah, Dwi., & Sunarti, Apriyani. (2017). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/issue/view/103>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung, (2017). *Data Jumlah Restoran, Rumah Makan, Café dan Coffee Shop*.
<https://jabar.bps.go.id/statictable/2018/03/23/472/jumlah-restoran-rumah-makan-menurut-kabupaten-kota-.html>
- Bagyono. (2008). *Pariwisata dan Perhotelan*. Bandung: Alfabeta.
- Bhara, L. A. M. (2009). *Pengaruh Pemberian Kopi Dosis Bertingkat Per Oral 30 Hari terhadap Gambaran Histology Hepar Tikus Wistar*. Skripsi. Fakultas Kedokteran, Universitas Diponegoro.
- Bruno, L. (2019). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- David, F. R. (2004). *Konsep Manajemen Strategi*. Jakarta : Salemba Empat.
- David, F. R. (2009). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2011). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Food & Hotel Indonesia*. (2017). Retrieved from <http://kopikini.com/industri-kopi-indonesia-menyimpan-potensi-pariwisata/>
- Freddo Coffee Shop Bandung. 2019. *Data Omzet Penjualan Freddo Coffee Shop Bandung*.

- Hadari Nawawi. (1999). *Manajemen Personalia*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Hunger & Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Andi.
- Haflah, L. C. (2015). *Kopi Dan Budaya Ngopi Masyarakat Modern*.
<https://medium.com/@haflahd/kopi-dan-budaya-ngopi-masyarakat-modern-3c996cc95c8a>
- Indonesia-Investment.com. (2017). *Coffee*. Retrieved from
<https://www.indonesiainvestments.com/business/commodities/coffee/item186?>
- J. Ganef, Sumaryadi, C. H. (2011). *Naskah Akademik Kajian Wisata Kuliner*.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. 2019. *Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara* <http://www.kemenpar.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2019>
- Jogiyanto Hartono. (2011). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Ketujuh*. Yogyakarta : BPF.
- Kuncoro, M. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Lutfi, Deden. (2018). *Strategi Pengembangan Bisnis I Burahay Catering Bandung. Skripsi*. FPIPS, Manajemen Industri Katering, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Majid, Ibrahim., Dan Budi , Sudaryanto. (2017). *Jurnal Manajemen*.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/25520>
- Marsum, W. A. (2005). *Retoran Dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta : Andi.
- Moh, N. (2011). *Metode Penelitian. Cetakan 6*. Bogor. Penerbit: Ghalia

Indonesia.

Mustika Tresna Yuliandri. (2015). *Evolusi Kedai Kopi*.
<https://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>

Nalurita, Sari., dan Jahroh, Siti. (2014). *Jurnal Agribisnis Indonesia (Vol 2 No 1, Juni 2014)* <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jagbi/article/view/8854/6927>

Purba. (2011). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Purwono, Joko., Dan Putri, Rara. (2015). *Journal NeO-Bis Economic Journal Containing Articles* <https://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/view/682>

Putri, RR. Syifa Pertiwi. (2018). *Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Batagor Baso Citamiang Spesial Bandung*. Skripsi. FPIPS, Manajemen Industri Katering, Universitas Pendidikan Indonesia.

Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.

Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.

Riduwan. (2012). *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Saputra, E. (2008). *Kopi*. Yogyakarta: Harmoni.

Setiawati, T. (2007). *Filosofi Kopi Bandung*. Bandung: Alfabeta.

Soekresno. (2006). Restoran. *Produk Dan Jasa*, 11–26. Retrieved from <https://library.binus.ac.id/eColls/eThesistdoc/Bab2/2015-1-00152-MN>
Bab2001.pdf

Spillane, J. J. (1987). *Ekonomi Pariwisata: Sejarah Dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.

- Spillane, J. J. (1987). *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Turgarini, D. (2018). *Gastronomi Sunda Sebagai Atraksi Wisata Di Kota Bandung*. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/unduh/286745>.
- Umar, H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 10. (2009).
TENTANG
KEPARIWISATAAN.file:///E:/JURNAL/UUTentangKepariwisataannet1%20(1).pdf
- Warpani, S. P., & Warpani, I. P. (2007). *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*. Penerbit ITB.