

**ANALISIS SWOT COFFEE SHOP
SEBAGAI THIRD PLACE DITINJAU
DARI ASPEK MOTIVASI
PENGUNJUNG PADA COFFEE SHOP
DI CUPOLA KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata (S.Par)



Elza Veliana Octavianty

1600560

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

2020

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS SWOT COFFEE SHOP
SEBAGAI THIRD PLACE DITINJAU
DARI ASPEK MOTIVASI
PENGUNJUNG PADA COFFEE SHOP
DI KOTA BANDUNG**

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh :
Pembimbing I Pembimbing II



Agus Sudono, MM Bagja Waluya M.Pd
NIP.19820508 200812 1 002 NIP. 19721024 200112 1 001

Mengetahui
Ketua program studi
Manajemen Industri Katering



Drs. Dewi Turgarini, MM. Par
NIP.19700320 200812 2 001

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Elza Veliana Octavinaty
NIM : 1600560
Jurusan : Manajemen Industri Katering
Fakultas : Ilmu Pengetahuan Sosial
Judul Skripsi : ANALISIS SWOT *COFFEE*
SHOP SEBAGAI *THIRD*
PLACE DITINJAU DARI
ASPEK MOTIVASI
PENGUNJUNG PADA
COFFEE SHOP DI KOTA
BANDUNG

Menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Jika dikemudian hari terbukti bahwa saya salah (tidak sesuai/tidak benar), maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Bandung, 20 September 2019

Elza Veliana Octaviany

NIM 1600560

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt atas limpahan Rahmat dan Hidayahnya. Shalawat serta salam selalu disampaikan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad saw, sehingga proposal skripsi “ANALISIS SWOT COFFEE SHOP SEBAGAI THIRD PLACE DITINJAU DARI ASPEK MOTIVASI PENGUNJUNG PADA COFFEE SHOP DI KOTA BANDUNG” dapat tersusun hingga selesai. Saya ucapkan terima kasih atas bantuan dari pihak yang telah berkontribusi dengan memberikan sumbangan baik materi maupun pikirannya.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk penyempurnaan proposal skripsi ini.

Terima kasih

Bandung, 16 Desember 2019

Elza Veliana Octaviany

NIM 1600560

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Penulis secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun material. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Dr. Dewi Turgarini, SS., MM.Par, selaku ketua Program Studi Manajemen Industri Katering.
2. Kepada ibu Caria Ningsih, SE., M.Si., Ph.D, selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama penulis menyelesaikan studi di Program Studi Manajemen Industri Katering FPIPS UPI Bandung.
3. Kepada bapak Agus Sudono., MM, selaku dosen pembimbing I atas segala kesabaran, ketelitian dan kesungguhan beliau-beliau dalam membimbing serta memberikan pengarahan, kemudahan dan kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Kepada Orang tua yang selama ini telah yang telah memberikan kasih sayang, doa, semangat, dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada kakak saya Nadya Citra Febrianty yang selalu memberikan semangat dan mendoakan agar penulis cepat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada sahabat SMP saya Ayu Zenya Mauldza nadine, Detha Daufina, Agisha Destryana, Shafira Enrizka yang telah baik hati membantu penulis dalam memberikan ide, bantuan, dan pengetahuan dalam penyusunan laporan
7. Kepada sahabat SMA Galis, Dila, Jihan, Vinny, Shiva, Dea, Fanisa yang telah memberikan dukungan yang penuh dan menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi.
8. Kepada teman teman nongkrongku Eja, Teh Bunga, Trisya, Dila, Nisa, Teh Selvi, Teh Levi yang meberikan semangat serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Kepada teh sapi yang telah memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman seperjuangan MIK 16 yang telah memberikan semangat selama pelaksanaan skripsi

11. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang sangat berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan juga kepada para pembaca

Bandung, 10 Agustus 2020

Elza Veliana Octavianty

NIM 1600560

**ANALISIS SWOT COFFEE SHOP
SEBAGAI THIRD PLACE DITINJAU
DARI ASPEK MOTIVASI
PENGUNJUNG PADA COFFEE SHOP
DI KOTA BANDUNG**

Elza Veliana Octavianty
1600560

ABSTRAK

Keberadaan *cafe*, *coffee shop*, resto/restoran mulai mengisi ruang-ruang kota. Sehingga menyediakan tempat yang lebih banyak dengan beragam konsep sebagai Tempat Ketiga (*third place*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi pengunjung menjadikan *coffee shop* ini sebagai *third place*. Metode ini menggunakan metode deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung *coffee shop* Cupola. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian menggunakan cluster random sampling, dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak hal yang harus dilakukan oleh Cupola di dalam mengakomodasi motivasi pengunjung dengan metode analisis SWOT diantaranya (1) Melakukan standarisasi fasilitas yang dimiliki guna menunjang kenyamanan konsumen, (2) Memperluas promosi dengan memanfaatkan berbagai media yang memperhatikan waktu, target pasar dan bentuk promosi yang tepat dan (3) Berinovasi didalam melakukan perubahan di setiap periodenya agar pengunjung tidak merasa bosan untuk menjadikan *coffee shop* sebagai *third place*.

Kata kunci: *coffee shop*, Motivasi, *Third place*

v

**ANALYSIS SWOT OF THE COFFEE
SHOP AS A THIRD PLACE REVIEWED
FROM VISITOR'S MOTIVATION
ASPECT IN COFFEE SHOP IN
BANDUNG CITY**

Elza Veliana Octavianty
1600560

ABSTRAK

The existence of cafes, coffee shops, restaurants / restaurants has begun to fill the urban spaces. So that it provides more places with various concepts as a third place.. This study aims to determine the motivation of the end to make this coffee shop a third place. This method uses descriptive methods using qualitative and quantitative approaches. The population in this study were visitors to the Cupola coffee shop. The sampling technique used in this study was cluster random sampling, with the number of samples used as many as 100 respondents. The results showed that Cupola had to do many things in accommodating visitor motivation with the SWOT analysis method including (1) Standardizing the facilities owned to support consumer comfort, (2) Expanding promotions by utilizing various media that pay attention to time, target market and the right form of promotion and (3) Innovating in making changes in each period so that visitors do not feel bored to make the coffee shop a third place.

Keywords: *Coffee shop, Motivation, Third place*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Pra Penelitian	15
BAB II KAJIAN TEORITIS	17
2.1 Grand theory	17
2.1.1. Pariwisata	17
2.1.2. Restoran.....	20
2.1.2.1. Klasifikasi Restoran.....	20
2.1.2.2. Jenis-jenis Restoran.....	24
2.1.3. Café.....	27
2.1.4. Coffee shop.....	28
2.1.5. Third place	30
2.1.6. Motivasi	32
2.1.6.1. Teori-teori Motivasi.....	33

2.1.6.2.	Jenis-jenis Motivasi	38
2.2.	Penelitian Empiris	40
2.3.	Kerangka pemikiran	45
2.4.	Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN		49
3.1.	Metode Penelitian	49
3.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.2.1.	Populasi.....	50
3.2.2.	Sampel	51
3.3.	Operasional Variabel.....	55
3.4.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data 59	
3.5.	Teknik Analisis Data	60
3.6.	Instrumen Penelitian	62
3.6.1	Uji Validitas.....	62
3.6.2	Uji Reliabilitas	64
3.7.	Metode Pengolahan Data.....	67
3.7.1	Tahap Input	67
3.7.2	Tahap Pencocokan.....	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		78
4.1	Hasil Penelitian.....	78
4.1.1	Profil Tempat Penelitian	78

4.1.2	Gambaran Umum Objek	
	Penelitian	79
4.1.3	Gambaran Umum Responden	
	Penelitian	80
4.1.4	Gambaran Umum Variabel	
	Penelitian	85
4.1.5	Uji Instrumen Penelitian	110
4.2	Analisis Data dan Pembahasan ..	115
4.2.1	Analisis SWOT	115
4.2.2	Analisis Studi Dokumentasi.....	117
4.2.3	Rekapitulasi Analisis Lingkungan	
	Eksternal dan Internal <i>Coffee Shop</i>	
	Sebagai <i>Third Place</i>	120
4.3	Formulasi Alternatif Strategi	123
4.3.1	Matriks IFAS.....	123
4.3.2	Matriks EFAS.....	126
4.3.3	Matriks IE	129
4.3.4	Posisi Kuadran SWOT	132
4.3.5	Matriks SWOT	134
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		141
5.1	Kesimpulan	141
5.2	Saran.....	142
DAFTAR PUSTAKA		144

LAMPIRAN.....	148
1. Lampiran 1 SK Pembimbing.....	148
2. Lembar Instrumen Penelitian	157
3. Tabulasi.....	163
4. Lembar Bimbingan.....	170
DOKUMENTASI.....	173
BIODATA PENULIS.....	175

DAFTAR PUSTAKA

- Abjani, Y. (n.d.). *Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Pelayanan Taman Baca Zoe Café Library Depok*. 2003, 1–12.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung. (2017). *Tahun 2017 Rumah Makan, Restoran, Cafe di Kota Bandung*. Open Data Kota Bandung. <http://data.bandung.go.id/dataset/rumah-makan-restoran-cafe-di-kota-bandung>
- Jaya, M. A. (2018). Transformasi Tempat Ketiga (third place) dari Ruang Dalam (indoor) Menuju Ruang Luar (outdoor): Studi Kasus Kota Palembang. *Arsir*, 2(1), 57. <https://doi.org/10.32502/arsir.v2i1.1240>
- Kast, F. E. and J. E. R. (2005). *rganization and Management: A Systems and Contingency Approach*. McGraw-Hill Book Company.
- Kholik, N. S. (2018). *Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop*.
- Larice, Michael, Macdonald, E. (2007). *The Urban Design Reader* (Second edi).

- Mangkunegara, A. A. A. P. (2003). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. In *Remaja Rosdakarya*.
<https://doi.org/10.1038/cddis.2011.1>
- Marsum, W. . (2005). *Restaurant dan Segala Permasalahannya* (IV). Andi Offset.
- Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. De Capo Pres.
- Pitana, I. (2009). *Pengantar Ilmu pariwisata*. Andi.
- Prasetyo, W. B. (2020). *2020 Kedai Kopi Diprediksi Tumbuh 15%*. Berita 1.
<https://www.beritasatu.com/ekonomi/601687/20-kedai-kopi-diprediksi-tumbuh-15>
- Rangkuti, F. (2015). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rinjayani, V., & Irawan, A. (n.d.). *Pengaruh Minum Kopi Terhadap Interaksi dan Privasi dalam Ruang Third Place*.
- Robbins, Stephen, P. (2006). *Prilaku Organisasi. Edisi Bahasa Indonesia*. PT Indeks Kelompok

GRAMEDIA.

- Siagian, S. P. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Jakarta : Bumi Aksara*.
- Suganda, H. (2011). Wisata Parijs Van Java. *Kompas Media Nusantara*.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung CV alfabeta. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Utama, R. dan M. (2012). *Metode Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Andi Offset.
- Wahab, S. (2003). *manajemen kepariwisataan*. PT.Pradnya Paramita.
- Widiastri, N.K.D., dkk. (2017). Strategi Pemasaran Tempat Pertunjukan Tari Barong di Catur Eka Budi Desa Kesiman Kota Denpasar. *Jurnal Penelitian Agama Hindu*.
- Yoeti, O. A. (2003). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Pradnya Paramita.

Yorks, L. (2004). *A Radical Approach to Job Enrichment*. Amacom.

Yuliandri, M. T. (2015). Evolusi Kedai Kopi. *Otten Magazine*.

<https://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>