

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

Kabar Kampus atau yang lebih dikenal sebagai Kaka Coffee merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Bandung, Jawa Barat. Kaka Coffee merupakan suatu kedai kopi dan *juice* yang juga memiliki acara-acara yang bertemakan *learning space*. Berada di Jl. Sultan Tirtayasa No.49, Bandung, Jawa Barat.



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan

*Sumber: Data Internal Perusahaan*

Kaka Coffee sudah berdiri semenjak tahun 2016, yang dikelola oleh Bapak Fauzi Rahman di Bandung. Semenjak empat tahun didirikan, Kaka Koffie sudah memiliki tiga pegawai dan mampu melayani 50 pengunjung per-harinya. Produk-produk yang di temukan pada Kaka koffie berupa minuman dan makanan ringan seperti es teh manis, *ice lychee tea*, *Vietnam drip*, dan lain sebagainya. Yang menjadi perbedaan antara Kaka Koffie dengan kedai kopi lainnya, yaitu dimana Kaka Koffie memiliki acara-acara yang memiliki hubungan dengan kreativitas dan *learning space* . Para konsumen pun dapat mengadakan acara ataupun kegiatan yang berada di batas wajar dengan harga yang dapat dirundingkan.

### 1.1.2 Visi dan Misi

#### 1. Visi

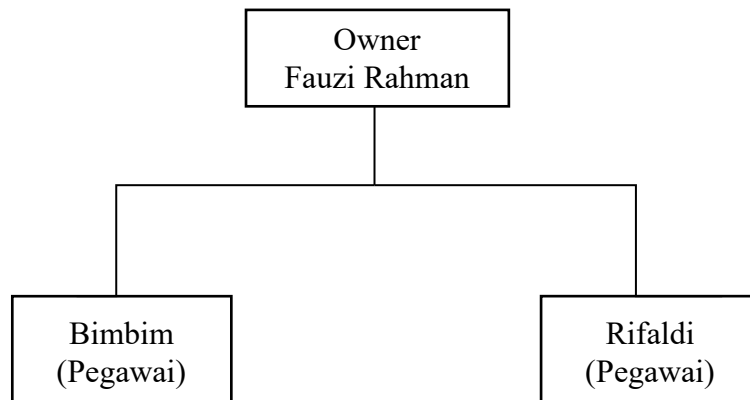
Membangun suatu cafe yang bernuansa tempat belajar yang dapat mengajak masyarakat berpikir kritis.

#### 2. Misi

- a. Memberikan produk dan layanan terbaik
- b. Mengadakan program komunitas umum.
- c. Menyediakan wadah tempat diskusi

### 1.1.3 Struktur Usaha

Struktur di dalam organisasi dibuat untuk menjalankan perusahaan sesuai dengan tugas dan fungsi masing-masing jabatan. Struktur organisasi secara jelas mampu memisahkan tanggung jawab dan wewenang anggotanya.



Gambar 1. 2 Struktur Usaha Kaka Coffee

*Sumber: Olahan Peneliti, 2021*

Gambar 1.2 adalah susunan struktur organisasi yang dimiliki oleh Kaka Coffee. *Owner* pada Kaka Coffee merupakan pendiri usaha dan juga yang

mengelola. *Owner* Kaka Coffee sendiri mengelola bagian keuangan dan juga terkadang turun-tangan dalam melayani konsumen yang ada. Pegawai yang ada di Kaka Coffee berjumlah dua orang yang dimana satu orang berada dalam dapur dan satu orang melayani pelanggan. Pembagian waktu jam kerja pada Kaka Coffee-pun beragam dimana jumlah pegawai pada pagi pukul 10.00 sampai pukul 15.00 hari yaitu dua orang dan dari pukul 15.00 sampai pukul 22.00 berjumlah tiga orang. Kaka Coffee menerapkan sistem rotasi pekerjaan dan juga waktu masuk kerja untuk ketiga pegawainya.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan penting dalam menjaga pergerakan ekonomi terutama disaat terjadinya krisis. Hal tersebut terbukti pada saat krisis moneter yang menimpa Indonesia pada tahun 1998, usaha kecil menengah relatif mampu untuk bertahan dibandingkan dengan pelaku usaha besar. Hal ini dikarenakan mayoritas pelaku usaha UMKM tidak tergantung pada modal usaha besar atau pinjaman dengan mata uang asing.

Berdasarkan hal tersebut memberikan kesadaran bagi banyak pihak, dimana untuk memberikan porsi lebih besar untuk bisnis pada skala mikro, kecil, dan menengah. Pemerintah dan legislatif juga membuktikan perhatiannya pada UMKM dengan membuat UU No.20 tahun 2008 mengenai UMKM. Dengan terciptanya peraturan tersebut, pergerakan UMKM menjadi lebih leluasa. Permasalahan seperti akses permodalan yang diberikan Lembaga Keuangan dapat i. (LPPI dan BI, 2015:01).

Untuk mengimplementasikan peraturan tersebut, Pemerintah mengeluarkan program Kredit Usaha Rakyat (KUR). Kredit Usaha Rakyat merupakan program pemerintah untuk mendukung UMKM di Indonesia. Berdasarkan Undang- undang No 11 tahun 2017 tentang pedoman kredit usaha rakyat, KUR adalah pemberian *kredit* ataupun pembiayaan pada

modal kerja, serta investasi pada debitur individu, badan usaha, ataupun kelompok usaha yang layak dan produktif, namun belum memiliki keuangan yang mencukupi.

Dengan dukungan dan bantuan yang diberikan pemerintah, perkembangan UMKM kian meningkat. Berikut merupakan perkembangan UMKM pada tahun 2017-2018 pada tabel 1.1 ini:

Tabel 1.1 Perkembangan UMKM dan Usaha Besar Tahun 2017-2018

| No | Indikator    | Jenis Usaha | satuan | Tahun 2017  |            | Tahun 2018  |            | Perkembangan tahun 2017-2018 |            |
|----|--------------|-------------|--------|-------------|------------|-------------|------------|------------------------------|------------|
|    |              |             |        | Jumlah      | Pangsa (%) | Jumlah      | Pangsa (%) | Jumlah                       | Pangsa (%) |
| 1  | Unit Usaha   | UMKM        | Unit   | 62.922.617  | 99,99      | 64.194.057  | 99,99      | 1.271.440                    | 2,02       |
|    |              | Usaha Besar | Unit   | 5.460       | 0,01       | 5.550       | 0,01       | 90                           | 1,64       |
| 2  | Tenaga Kerja | UMKM        | Orang  | 116.431.224 | 96,82      | 116.978.631 | 97,00      | 547.407                      | 0,47       |
|    |              | Usaha Besar | Orang  | 3.828.953   | 3,18       | 3.619.507   | 3,00       | -209.446                     | -5,47      |

Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM 2017-2018, diakses Juni 2020

Berdasarkan tabel 1.1 , peningkatan jumlah unit usaha UMKM pada tahun 2017-2018 meningkat sejumlah 2,02 % dan untuk usaha besar meningkat sejumlah 1,64 %. Dan kemudian jumlah tenaga kerja yang diperdayakan oleh UMKM pada tahun 2017-2018 meningkat sejumlah

0,47%, namun untuk usaha besar mengalami penurunan sejumlah 5,47%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2017-2018 berperan besar dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Dengan bertambahnya unit usaha yang dimiliki oleh UMKM dapat membuka peluang lapangan kerja, mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia.

Dewasa ini, usaha kecil, mikro, dan menengah menjadi salah satu sektor unggulan yang dapat menopang perekonomian Indonesia. Hal ini dapat terlihat dari kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan juga penyerapan tenaga kerja serta ekspor yang cukup besar. (<http://kur.ekon.go.id/> 2019).

Tingkat pertumbuhan Ekonomi bisa dilihat dari pertambahan PDB riil dari tahun ke tahun. Jika PDB bertambah, maka pertumbuhan Ekonomi semakin baik. Jika rata-rata laju pertumbuhan Ekonomi dari tahun ke tahun semakin tinggi, maka akan semakin tinggi juga pendapatan per-kapita masyarakat. Berikut pertumbuhan PDB berdasarkan lapangan usaha pada tabel 1.2:

Tabel 1.2 Pertumbuhan PDB Berdasarkan Lapangan Usaha

| NO | PDB Lapangan Usaha                  | Distribusi PDB Triwulanan Atas Dasar Harga Berlaku (Persen) |         |         |
|----|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------|---------|
|    |                                     | 2017                                                        | 2018    | 2019    |
|    |                                     | Tahunan                                                     | Tahunan | Tahunan |
| 1  | Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan | 13,16                                                       | 12,81   | 12,72   |
| 2  | Pertambangan dan Penggalian         | 7,58                                                        | 8,08    | 7,26    |
| 3  | Industri Pengolahan                 | 20,16                                                       | 19,86   | 19,7    |

|    |                                                               |       |       |       |
|----|---------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| 4  | Industri Pengolahan Non Migas                                 | 17,88 | 17,62 | 17,58 |
| 5  | Pengadaan Listrik dan Gas                                     | 1,19  | 1,19  | 1,17  |
| 6  | Konstruksi                                                    | 10,38 | 10,53 | 10,75 |
| 7  | Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor | 13,02 | 13,02 | 13,01 |
| 8  | Transportasi dan Pergudangan                                  | 5,41  | 5,38  | 5,57  |
| 9  | Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum                          | 2,85  | 2,78  | 2,78  |
| 10 | Informasi dan Komunikasi                                      | 3,78  | 3,77  | 3,96  |

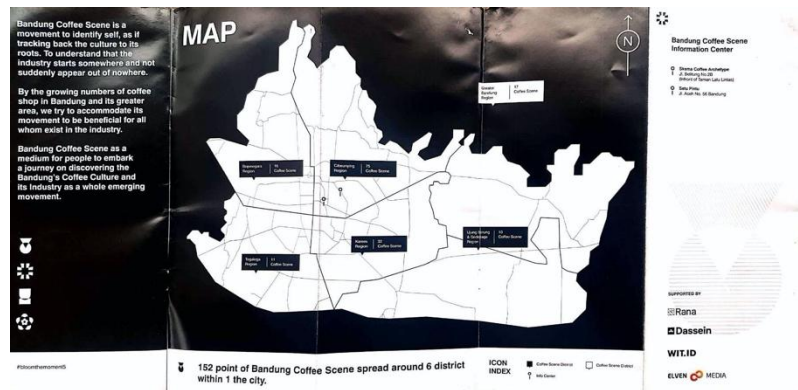
*Sumber: BPS, diakses pada 20 Juni 2021*

Dari tabel 1.2 dapat dilihat berbagai lapangan usaha yang memberikan kontribusi PDB pada Indonesia, salah satu contohnya adalah kedai kopi yang termasuk pada lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum yang memiliki laju pertumbuhan 2,83% pada tahun 2019. Pada lapangan usaha bidang makan dan minum sendiri, laju pertumbuhan yang terjadi pada tahun 2019 adalah sebesar 2,2%. Berdasarkan berita resmi statistik yang dikeluarkan oleh BPS 2019, persentase tenaga kerja berdasarkan lapangan pekerjaan, sektor akomodasi dan makan minum terdapat pada peringkat keempat setelah sector pertanian, perdagangan, dan industri pengolahan dengan jumlah sebesar 6,8%. Hal tersebut mengurangi jumlah pengangguran serta kemiskinan yang ada di Indonesia. (BPS, 2020)

Dikutip dari kemenperin (2019) Industri makanan dan minuman menjadi salah sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Capaian kinerjanya selama ini tercatat konsisten dan terus positif, mulai dari perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor, hingga penyerapan tenaga kerja. Kementerian Perindustrian yakin bahwa industri makanan dan minuman dapat melakukan inovasi produk yang akan memenuhi selera konsumen. Salah satu lapangan kerja di bidang makanan dan minuman adalah kedai kopi.

International Coffee Organization (ICO) menunjukkan pertumbuhan pada peminum kopi di Indonesia yang berkembang pesat, melebihi pertumbuhan dunia, yaitu 8% untuk pertumbuhan peminum kopi Indonesia sedangkan pertumbuhan peminum kopi dunia hanya mencapai 6%. Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) menyebutkan pertumbuhan konsumsi kopi nasional meningkat dari 0,8 kilogram per kapita menjadi 1,3 kilogram per kapita. Perkembangan industri kopi dunia juga berimbas pada industri kopi Indonesia. Industri kopi Indonesia mengalami peningkatan pada industri hilir sebagaimana terlihat pada maraknya kafe-kafe dan kedai kopi dewasa ini. (KEMENPERIN, 2017:1)

Kota Bandung merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang sedang mengalami pertumbuhan industri makanan dan minuman pada skala besar sampai skala kecil. Salah satu lapangan usaha yang sedang digemari oleh pengusaha UMKM adalah kedai kopi. Menurut Latifa dan Rochdiani (2019: 643) kedai kopi tidak hanya digunakan untuk menikmati kopi, namun juga menjadi tempat bercengkrama, ataupun menjadi tempat mengerjakan kegiatan.



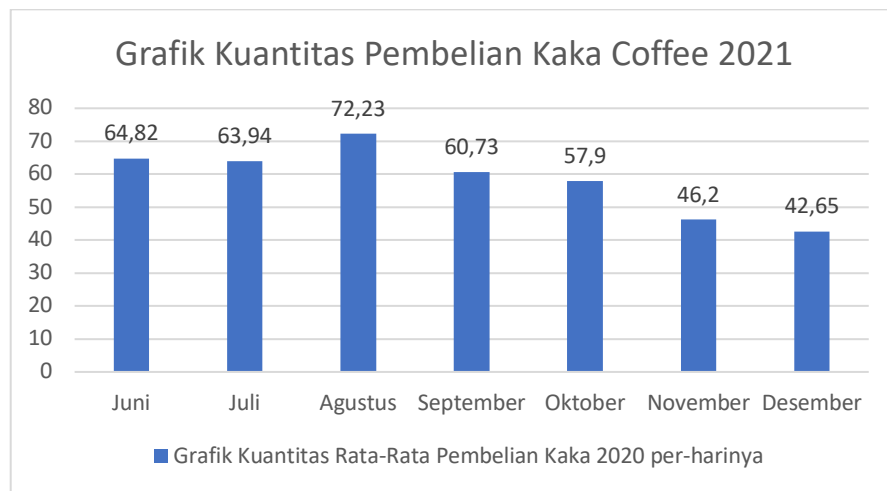
Gambar 1. 3 Pemetaan UMKM Kedai Kopi

*Sumber: Komunitas Manual Brew Bandung, 2021*

Gambar 1.2 merupakan pemetaan jumlah kedai kopi yang tercatat oleh Komunitas Manual Brew Bandung. Jumlah kedai kopi yang tercatat adalah sejumlah 152 kedai, yang dibagi menjadi 6 sub-wilayah, yaitu: Cibeunying merupakan sub-wilayah yang memiliki penyebaran kedai kopi terbanyak yaitu sejumlah 75 kedai kopi; Karees dengan jumlah 32 kedai kopi; Bojonagara yaitu 16 kedai kopi; Tegalega dengan jumlah 11 kedai kopi; serta Ujung Berung dan Gedebage dengan jumlah 10 kedai kopi. (Komunitas Manual Brew Bandung, 2019). Dengan banyak kedai kopi yang ada di Bandung, menyebabkan persaingan bisnis tak bisa terhindari. Hal itu memberikan suatu peluang dan ancaman bagi bisnis suatu bisnis, berdasarkan strategi yang dijalani.

Adapun kedai kopi yang terletak di wilayah Bandung, tepatnya terletak di jalan Sultan Tirtayasa yaitu Kafe Kabar Kampus, atau yang biasa dikenal dengan nama Kaka Coffee. Kedai Kopi tersebut telah berdiri sejak tahun 2016 yang dibangun dan dikelola oleh satu orang semenjak didirikan. Industri makanan dan minuman di Indonesia terutama kedai kopi terus berkembang pesat yang menyebabkan tingkat persaingan bisnis kedai kopi cukup ketat. Bagi Kaka Coffee, usaha kedai kopi yang unggul memiliki strategi bersaing.

Pada hasil wawancara pertama kali dengan Bapak Fauzi Rahman, peneliti menemukan beberapa permasalahan yang sedang dialami Kaka Coffee. Berdasarkan data yang diberikan oleh Pak Fauzi, Kaka Coffee mengalami penurunan penjualan sejak berdiri, terutama pada 6 bulan terakhir di tahun 2021.



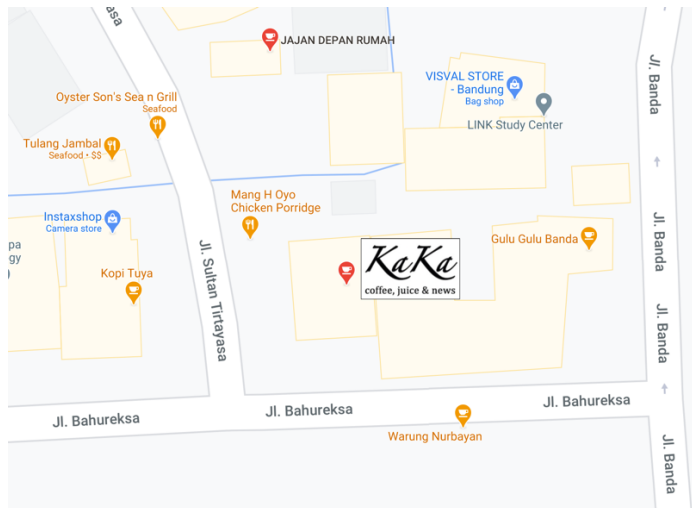
Gambar 1. 4 Grafik penjualan Kaka Coffee

*Sumber: Olahan Peneliti 2021*

Berdasarkan data yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa dalam enam bulan terakhir pada tahun 2021, Kaka mengalami penurunan penjualan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel yang tertera di atas bahwa Dibulan Agustus 2019 Kaka Coffee berhasil menjual rata-rata 65 produk/hari, pada bulan September 2021 mengalami penurunan penjualan menjadi 61 produk/hari, dan semenjak bulan tersebut sampai pada bulan Desember 2021 mengalami penurunan menjadi rata-rata 42 produk/hari.

Hal ini menjadi permasalahan bagi Kaka Coffee, mengingat Kaka Coffe yang telah buka cukup lama. Narasumber mengatakan bahwa penyebab utama penurunan adalah banyaknya kedai kopi bermunculan terutama berdekatan dengan Kaka Coffee yang menjadi faktor dominan penurunan kuantitas penjualan pada Kaka Coffee. Pada tahun 2016 pertama kali Kaka

Coffee beroperasi hanya terdapat 1 (satu) kedai kopi di daerah Jl. Sultan Tirtayasa Bandung, namun di awal tahun 2021 sudah terdapat kurang lebih tujuh kedai kopi atau wisata kuliner yang menjadi pesaing atau komplementer Kaka Coffee.



Gambar 1. 5 Peta Letak Kaka Coffee

*Sumber: Olahan peneliti 2021*

Dari gambar , dapat dilihat bahwa terdapat beberapa kedai kopi ataupun wisata kuliner yang memiliki jarak tidak jauh dari Kaka Coffee. Untuk kedai kopi antara lain : Gulu-Gulu, Kopi Tuya, Jajan Depan Rumah, dan Warung Nurbayan. Sedangkan untuk wisata kuliner terdapat: Mang H. Oyo, Tulang Jambal, dan Oyster Son's. Hal ini merupakan suatu ancaman bagi Kaka Coffee karena konsumen memiliki banyak pilihan.

Dari sisi produksi, Kaka Coffee masih bergantung pada satu distributor utama, yang dimana menciptakan ancaman jika sewaktu-waktu terjadi perubahan. UMKM kedai kopi di Bandung memiliki banyak peminat, menimbulkan persaingan harga yang ketat. Kaka Coffee tidak bisa mengikuti harga seperti distributor tawarkan, hal ini menyebabkan jika terjadinya kenaikan harga bahan baku, Kaka Coffee hanya bisa mengambil margin keuntungan yang rendah. Karena Kaka Coffee hanya memiliki

distributor utama satu, bahan baku yang dibutuhkan-pun tidak dapat dilakukan quality control. Hal ini mengakibatkan kualitas hasil produk akhir tidak terjamin.

Pemasalahan lainnya yaitu, Kaka Coffee menggunakan teknologi terutama media sosial secara tidak optimal, dari segi pemasaran ataupun penjualan. Hal ini dapat dilihat melalui salah satu mediana yaitu Instagram. Dimana salah satu pesaing bisnis paling terdekat yaitu Kopi Tuya menggunakan teknologi secara optimal. Berikut peneliti melampirkan media sosial Kopi Tuya yang menggunakan media Sosial Instagram secara maksimal:

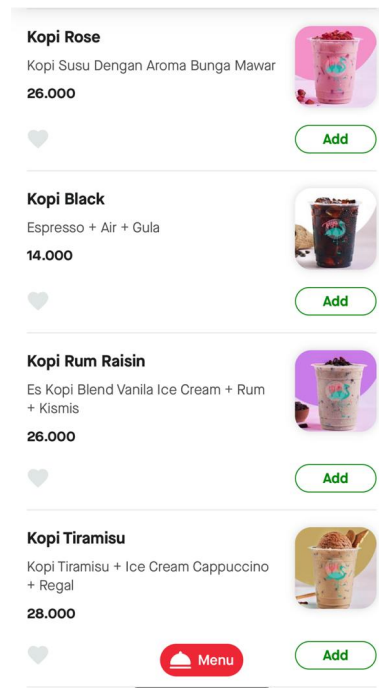


Gambar 1. 6 Media Instagram Kopi Tuya

*Sumber: Olahan peneliti 2021*

Pada Gambar 1.5 dapat dilihat bahwa pengikut pada kedai Kopi Tuya di media Instagram berjumlah 2735 pengikut. Perlu diingat bahwa Kopi Tuya baru berdiri semenjak 31 Agustus 2019. Kedai kopi pesaing inipun sudah memanfaatkan media marketplace yang dimana harga produknya

dibandrol sekitar Rp14.000 sampai dengan Rp30.000 pada media marketplace resmi milik Kopi Tuya menggunakan aplikasi GOJEK seperti yang tertera di pada gambar 1.6 :



Gambar 1. 7 Katalog produk Kopi Tuya

*Sumber: GOJEK, Olahan Peneliti 2021*

Dapat dilihat dari gambar bahwa kedai Kopi Tuya dengan baik mempelajari dan mengembangkan aspek teknologi usahanya. Sehingga secara tidak langsung, Kedai Kopi Tuya mendapatkan jumlah konsumen lebih banyak dibandingkan Kaka Coffee oleh *brand exposure*-nya.

Kaka Coffee saat ini memiliki menu produk yang hanya dapat dilihat secara fisik dan mengandalkan konsumen loyal yang datang ke kedai kopi atau melakukan pemesanan melalui media whatsapp atau melalui *handphone*. Kaka Coffee sendiri sudah memiliki media sosial seperti Instagram. Namun, media sosial Instagram milik Kaka Coffee kalah populer dengan pesaing terdekatnya. Berikut merupakan media sosial Instagram Kaka Coffee gambar 1.6 :



Gambar 1. 8 Media Instagram Kaka Coffee

*Sumber: Olahan peneliti, 2021*

Gambar merupakan media sosial Instagram yang sudah dibuat semenjak 16 Mei 2016 namun, jumlah pengikut media sosial Instagram Kaka Coffee hanya 1976 pengikut. Hal ini kalah saing dengan media sosial kedai Kopi Tuya yang baru buka 31 Agustus 2019 dan sudah memiliki 2736 pengikut. Berikut merupakan katalog menu yang ditawarkan Kaka Coffee pada Gambar 1.7 :

| Coffee                                                                                                                                                                                                                 |     |     | Milk Based                                                                         |     |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|
|                                                                                                                                                                                                                        | Hot | Ice |                                                                                    | Hot | Ice |
| Tubruk                                                                                                                                                                                                                 | 18  |     | Vanilla Trigo Coffee                                                               | 15  | 18  |
| Latte                                                                                                                                                                                                                  | 18  | 28  | Cappuccino Original                                                                | 17  | 28  |
| French Press                                                                                                                                                                                                           | 12  |     | Cappuccino Truffle                                                                 | 22  | 25  |
| Black Vietnam Drip                                                                                                                                                                                                     | 15  |     | Cappuccino Caramel                                                                 | 22  | 25  |
|                                                                                                                                                                                                                        |     |     | Cappuccino Vanilla                                                                 | 22  | 25  |
|                                                                                                                                                                                                                        |     |     | Caffelatte                                                                         | 17  | 28  |
|                                                                                                                                                                                                                        |     |     | Maccacino                                                                          | 22  | 25  |
|                                                                                                                                                                                                                        |     |     | To Kopa Kaka                                                                       |     | 18  |
| Tea                                                                                                                                                                                                                    |     |     | Sweet Latte                                                                        |     |     |
|                                                                                                                                                                                                                        | Hot | Ice |                                                                                    | Hot | Ice |
| Tea                                                                                                                                                                                                                    | 12  | 15  | Green Tea Latte                                                                    | 20  | 23  |
| Lemon Tea                                                                                                                                                                                                              | 15  | 18  | Taro Latte                                                                         | 20  | 23  |
| Milk Tea                                                                                                                                                                                                               | 15  | 18  | Chocolate                                                                          | 20  | 23  |
| Lemon Milk Tea                                                                                                                                                                                                         | 15  | 18  | Chocolate Tiramisu                                                                 | 25  | 28  |
| Lichee Tea                                                                                                                                                                                                             | 15  | 18  | Coccolate Caramel                                                                  | 25  | 28  |
| Earl Grey Tea                                                                                                                                                                                                          | 15  |     | Chocolate Vanilla                                                                  | 25  | 28  |
| Peppermint Tea                                                                                                                                                                                                         | 15  |     |                                                                                    |     |     |
| Smoothies                                                                                                                                                                                                              |     |     | Original Juice                                                                     |     |     |
|                                                                                                                                                                                                                        | 25  |     |                                                                                    | 18  |     |
| Unique, Creative & Innovative<br>(Mango - Orange - Milk - Yogurt - Honey)<br>Dynamic, Dialektik & Progressive<br>(Strawberry, Banana, Milk, Yogurt & Honey)<br>Brave, Smart & Popular<br>Apple - Milk - Yogurt - Honey |     |     | Strawberry / Apple / Banana /<br>Dragon / Avocado / Mango /<br>Orange / Star Fruit |     |     |
| Traditional Drink                                                                                                                                                                                                      |     |     | Mixed Juice                                                                        |     |     |
|                                                                                                                                                                                                                        |     |     |                                                                                    | 20  |     |
| Kopi Telur                                                                                                                                                                                                             | 18  |     | Apple + Strawberry                                                                 |     |     |
| Teh Telur                                                                                                                                                                                                              | 15  |     | Mango + Strawberry                                                                 |     |     |
|                                                                                                                                                                                                                        |     |     | Mango + Orange                                                                     |     |     |
|                                                                                                                                                                                                                        |     |     | Banana + Strawberry                                                                |     |     |
|                                                                                                                                                                                                                        |     |     | Dragon Fruit + Lemon                                                               |     |     |
|                                                                                                                                                                                                                        |     |     | Star Fruit + Orange                                                                |     |     |
|                                                                                                                                                                                                                        |     |     | Banana + Choco                                                                     |     |     |
|                                                                                                                                                                                                                        |     |     | Avocado + Choco                                                                    |     |     |
|                                                                                                                                                                                                                        |     |     | Avocado + Coffee                                                                   |     | 23  |

Gambar 1. 9 Katalog Menu Kaka Coffee 2021

*Sumber: Olahan peneliti, 2021*

Kaka Coffee saat ini hanya melayani pembelian melalui *in-store* atau pemesanan melalui whatsapp via *handphone*. Padahal dengan memanfaatkan marketplace, Kaka Coffee dapat menambah penjualan produk yang ada dan secara tidak langsung memberikan brand exposure pada calon pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi, suatu usaha dapat membesarkan namanya dengan cara dikenal oleh seluruh masyarakat dan juga dapat membantu meningkatkan penjualan, pengumpulan data, dan juga membuka peluang-peluang baru.

Bedasarkan data yang tertera di atas, Kaka Coffee mengalami penurunan penjualan pada jangka waktu September sampai dengan Desember 2019, padahal jumlah peminat kopi di Bandung tinggi. Hal ini memotivasi peneliti untuk melakukan penelitian dengan tujuan mengatasi kondisi dan permasalahan saat menghadapi persaingan antar usaha yang sedang dialami oleh kedai kopi Kaka Coffee dengan judul “Formulasi Strategi Bersaing pada Kaka Coffee Menggunakan TOWS Matriks dan QSPM.”

### 1.3 Perumusan Masalah

Kaka Coffee merupakan salah satu UMKM yang sedang menghadapi persaingan bisnis yang ketat, maka daritu diperlukannya strategi bisnis yang tepat untuk mendapatkan keunggulan bersaing atas kedai kopi lainnya. Berdasarkan hasil wawancara pertama kali dengan Bapak Fauzi Rahman selaku pemilik kedai kopi dan juga observasi peneliti, Kaka Coffee memiliki beberapa permasalahan, yaitu (1) Ketatnya persaingan kedai kopi di Bandung. (2) Memiliki ketergantungan pada satu pemasok bahan baku (3) Penggunaan teknologi dalam aspek pemasaran dan penjualan yang belum optimal. Permasalahan tersebut membuat Kaka Coffee mengalami penurunan yg signifikan pada bulan September sampai

dengan Desember 2019 dikarenakan Kaka Coffee tidak dapat bersaing dengan kedai kopi lainnya.

Dalam menghadapi hal tersebut, Kaka Coffee membutuhkan peningkatan posisi dalam persaingan usaha dibandingkan para kompetitornya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan strategi bersaing yang tepat. Penggunaan strategi ini dapat dengan memanfaatkan peluang serta meminimalkan ancaman pada lingkungan eksternal. Selain itu, dapat juga dilakukan dengan menerapkan strategi yang sesuai dengan lingkungan internal yang dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

#### 1.4 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana kondisi lingkungan internal Kaka Coffee?
2. Bagaimana kondisi lingkungan eksternal Kaka Coffee?
3. Bagaimana strategi bersaing yang dapat digunakan oleh Kaka Coffee, jika dilihat berdasarkan lingkungan internal dan eksternal dengan menggunakan analisis matriks IFE, EFE, IE, TOWS, dan QSPM?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Kondisi lingkungan internal yang berupa kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang dimiliki Kaka Coffee.
2. Mengetahui kondisi lingkungan eksternal yang berupa peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang dimiliki Kaka Coffee.
3. Membuat strategi bersaing yang sesuai untuk oleh Kaka Coffee, jika dilihat dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal dengan menggunakan analisis matriks IFE, EFE, IE, TOWS, dan QSPM.

## 1.6 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian secara umum adalah sebagai berikut:

### 1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini penulis harapkan dapat digunakan menjadi referensi pada penelitian-penelitian berikutnya.

### 2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai acuan strategi alternatif bagi Kaka Coffee dalam menjalankan bisnisnya. Dengan begitu, diharapkan Kaka Coffee dapat memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaingnya.

## 1.7 Ruang Lingkup Peneliti

Penelitian ini berfokus pada peneraan strategi bersaing menggunakan analisis matriks IFE & EFE, matriks IE, TOWS Matriks, dan QSPM berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal pada Kaka Coffee. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara, kuesioner serta dari hasil penelitian terdahulu.

### 1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi Penelitian berada di Kota Bandung, tepatnya di Jl. Sultan Tirtayasa No.49, Bandung, Jawa Barat. Dengan objek penelitian pada Kaka Coffee yang menyediakan ruangan serta makanan dan minuman pada konsumen.

### 1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu Pelaksanaan dan periode penelitian berlangsung di Bandung, Jawa barat pada bulan Agustus 2021 tepatnya pada periode penyusunan skripsi berlangsung.

## 1.8 Sistem Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian dan hasil penelitian yang dilakukan. Berikut ini adalah urutan penulisannya:

### 1. BAB I PENDAHULUAN

BAB I membahas objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan dan kegunaan penelitian untuk diobservasi oleh peneliti.

### 2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

BAB II memaparkan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, serta ruang lingkup penelitian untuk acuan dalam penyusunan skripsi.

### 3. BAB III METODE PENELITIAN

BAB III mendeskripsikan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mendapatkan data yang akan dianalisis, yang dapat menjawab permasalahan penelitian.

### 4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB IV mengolah data dari hasil analisis data dengan menggunakan metode-metode strategi yang dibutuhkan.

### 5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

BAB V menyajikan kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian serta masukan untuk pihak Kaka Coffee dan peneliti selanjutnya.