

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI INTERNAL PADA BISNIS USAHA KEDAI KOPI
(Studi Kasus Pada Armor Kopi Bandung Periode Agustus 2015-Maret 2016)**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat ntuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh :
Muhammad Hasfie
(1201110177)



Pembimbing

Grisna Anggadwita, ST., MSM

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2016

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya, MUHAMMAD HASFIE, menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ANALISIS STRATEGI INTERNAL PADA BISNIS USAHA KEDAI KOPI (Studi Kasus Pada Armor Kopi Bandung Periode Agustus 2015-Maret 2016)” adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan yang sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi saya ini.

BANDUNG, 28 APRIL 2016

Yang membuat pernyataan,

MUHAMMAD HASFIE

1201110177

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Telkom, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Hasfie
NPM : 1201110177
Program Studi : Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Telkom **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“ANALISIS STRATEGI INTERNAL PADA BISNIS USAHA KEDAI KOPI”
(Studi Kasus Pada Armor Kopi Bandung Periode Agustus 2015-Maret 2016)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Telkom berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

BANDUNG, 28 APRIL 2016

MUHAMMAD HASFIE

1201110177

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **”ANALISIS STRATEGI INTERNAL PADA BISNIS USAHA KEDAI KOPI” (Studi Kasus Pada Armor Kopi Bandung periode Agustus 2015-Maret 2016)**. Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S-1 Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung.

Dalam penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT. yang berkat izin, rahmat, dan limpahan nikmatnya, saya mampu menyelesaikan kewajiban saya sebagai mahasiswa di Universitas Telkom.
2. Kedua orang tua, Papa dan Mama, adik-adik tersayang Rennie dan Helmy, keluarga besar dari (Alm) Moch. Ichlas dan keluarga besar dari (Alm) M. Yusuf Madjid yang selalu memberikan doa paling tulus untuk saya dan motivasi utama saya dalam melakukan semua hal baik.
3. Ibu Grisna Anggadwita, ST., MSM selaku dosen pembimbing, yang tidak bosan dan tidak pernah mengeluh dalam membimbing saya, mendengarkan cerita saya, menerima saran saya, menampung ide saya, dan mengoreksi kesalahan saya.
4. Bapak Dr. Ir. Aswin Sasongko Sastrosubroto M.sc., dan Bapak Dr. Ir. Cahyana Ahmadjayadi selaku pembimbing diluar kampus saya yang selalu memberikan saran serta dorongan motivasi saya dalam menjalani kuliah maupun pada saat pengerjaan tugas akhir saya.
5. Kepada teman-teman saya dari GBS, Woless Community, Kosan Rafflesia 1 Putra, Telkom University Runners, MBTI kelas E 2011, pejuang tugas akhir kontrakan Batu Indah terima kasih atas cerita, canda serta tawa yang turut mengiringi pengerjaan tugas akhir saya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segenap kerendahan hati, penulis berharap semoga segala kekurangan yang ada pada skripsi ini dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik dimasa yang akan datang.

BANDUNG, 2 MEI 2016

MUHAMMAD HASFIE

ABSTRAK

Seperti yang kita ketahui bahwa keanekaragaman kopi Indonesia dan masyarakatnya sangat gemar mengonsumsi kopi. Hal ini yang menyebabkan berkembangnya bisnis usaha kedai kopi di Indonesia khususnya di Bandung yang merupakan kota kuliner. Oleh karena itu, Armor Kopi Bandung sebagai salah satu kedai kopi terkenal di Bandung perlu memiliki strategi internal agar dapat bertahan dan berkembang. Strategi Internal dalam penelitian ini didasarkan pada analisis strategi bersaing dan rantai nilai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi internal Armor Kopi Bandung yang dapat digunakan dalam menghadapi persaingan di sektor bisnis usaha kedai kopi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Informan ditetapkan melalui teknik *purposive* sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi secara langsung dilapangan. Setelah mendapatkan data, penulis memastikan keabsahan data dengan model Triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan, terdapat beberapa kekuatan dan kelemahan dari beberapa indikator strategi bersaing Armor Kopi Bandung yang dimana kekuatan terletak pada tidak menganggap persaingan terhadap kedai-kedai kopi lainnya dan terdapat juga kelemahan yang disebabkan oleh kestabilan harga pasar kopi yang selalu naik turun dan musim panen kopi yang tergantung cuaca menyebabkan sering berubahnya perencanaan persediaan bahan baku serta operasional dari Armor Kopi Bandung. Dan menghasilkan beberapa perencanaan alternatif strategi daya saing seperti mempunyai konsep edukasi kopi. Operasional aktivitas utama dan pendukung rantai nilai Armor Kopi Bandung melibatkan tiga pelaku utama, yaitu petani kopi lokal, *trider* kopi, industri pengolahan dan kedai kopi.

Kata Kunci: Kopi, Kedai Kopi, Strategi Internal, Strategi Bersaing (Porter), Rantai Nilai.

ABSTRACT

As we know that the diversity coffee Indonesia and Indonesia society are very high in consuming coffee. This is causing business enterprise coffee shop grows in Indonesia, especially in Bandung which is culinary city. Therefore, Armor Kopi Bandung as one of the coffee shop famous in Bandung needs to have internal strategic that can survive and develop. Internal strategy in this research based on competitive strategy and value chain. The purpose of this research is to know internal strategy Armor Kopi Bandung in the face of competition in sector business enterprises the coffee shop. The kind of research used is qualitative descriptive with the approach case study. Informants are determined by purposive sampling technique. Technique data collection use interview, observation, and documentation directly in the field. After getting data, writer ensures the validity of data with triangulation data. This research result showing, there are some strength and weakness from some indicators of competitive strategy Armor Kopi Bandung that where strength located at don't regard against others coffee shop and there also weakness caused by stability the market price coffee always up and down and harvest coffee that depends on the weather causes often change of planning supplies raw materials and operational of Armor Kopi Bandung. And generate some alternative planning competitiveness strategy had the concept of coffee education. Operational the primary activities and support activities of value chain Armor Kopi Bandung involving three leading perpetrator, i.e. farmers coffee local, coffee trader, processing industries and coffee shop.

Keywords: Coffee, Coffee Shop, Internal Strategy, Competitive Strategy (Porter), Value Chain.