

## Daftar Isi

<b>Halaman Judul</b> .....	<b>i</b>
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	<b>ii</b>
<b>Halaman Keaslian Karya Tulis</b> .....	<b>iii</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>iv</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>vii</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>x</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>xi</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>xii</b>
<b>Intisari</b> .....	<b>xiii</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Motivasi Penelitian .....	11
1.6 Manfaat Penelitian .....	12
1.7 Kontribusi Penelitian .....	12
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....	13
1.9 Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
2.1 Konsep <i>Coffee Shop</i> .....	15
2.2 Konsep Strategis .....	17
2.2.1 Tingkatan Strategis.....	18
2.2.2 Strategis Generik Porter .....	19
2.2.3 Alternatif Strategis Pengembangan Menurut David .....	21
2.3 Manajemen Strategis .....	25
2.4 Metode <i>Competitive Positioning Analysis</i> .....	31
2.4.1 Analisis Bauran Pemasaran (4P) .....	33
2.4.1.1 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran (4P) .....	33
2.4.2 Analisis STP ( <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> ) .....	41
2.4.2.1 Analisis <i>Segmenting</i> .....	41
2.4.2.2 Analisis <i>Targeting</i> .....	43
2.4.2.3 Analisis <i>Positioning</i> .....	43
2.4.3 Analisis Lima Kekuatan Bersaing Porter .....	44
2.4.3.1 Komponen Lima Kekuatan Bersaing Porter .....	47
2.4.3.1.1 Intensitas Persaingan antar Pemain Sejenis .....	47
2.4.3.1.2 Ancaman Masuknya Pendetang Baru .....	48
2.4.3.1.3 Ancaman Produk Pengganti (Substitusi) .....	50
2.4.3.1.4 Kekuatan Penawaran Pembeli .....	51
2.4.3.1.5 Kekuatan Penawaran Pemasok.....	52

2.4.4 Analisis SWOT .....	53
2.4.4.1 Matriks SWOT .....	56
2.5 Penjualan .....	58
2.5.1 Pertumbuhan Penjualan .....	59
2.5.2 Harga Pokok Penjualan .....	61
2.6 Indikator Kinerja Utama .....	62
2.7 Penelitian Terdahulu .....	66
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>68</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	68
3.2 Objek Penelitian .....	69
3.2.1 Rasionalisasi Objek Penelitian .....	70
3.3 Sumber Data .....	70
3.4 Bias Penelitian .....	71
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	73
3.6 Teknik Analisis Data .....	74
3.7 Pengujian Data .....	76
3.8 Tahapan-Tahapan Penelitian .....	77
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>80</b>
4.1 Gambaran Perusahaan .....	80
4.1.1 Visi, Misi, Tujuan Perusahaan .....	81
4.1.2 Struktur Organisasi Kronology Coffee and Bites .....	83
4.2 Deskripsi Data .....	84
4.3 Analisis Pesaing Utama <i>Coffee Shop</i> .....	87
4.4 Manajemen Strategis .....	91
4.5 Metode <i>Competitive Positioning Analysis</i> .....	94
4.5.1 Tahap 1: Mengidentifikasi Fokus Pasar dan Strategi Perusahaan .....	94
4.5.1.1 Analisis Bauran Pemasaran (4P) .....	94
4.5.1.1.1 Produk .....	95
4.5.1.1.2 Harga .....	97
4.5.1.1.3 Tempat .....	101
4.5.1.1.4 Promosi .....	103
4.5.2 Tahap 2: Membangun Analisis .....	107
4.5.2.1 Analisis STP .....	108
4.5.2.1.1 <i>Segmenting</i> .....	108
4.5.2.1.2 <i>Targeting</i> .....	111
4.5.2.1.3 <i>Positioning</i> .....	112
4.5.2.2 Analisis Lima Kekuatan Bersaing Porter .....	115
4.5.2.2.1 Intensitas Persaingan Antar Pemain Sejenis .....	115
4.5.2.2.2 Ancaman Masuknya Pendatang Baru .....	120
4.5.2.2.3 Ancaman Produk Pengganti (Substitusi) .....	125
4.5.2.2.4 Kekuatan Penawaran Pembeli .....	129
4.5.2.2.5 Kekuatan Penawaran Pemasok .....	132
4.5.3 Tahap 3: Menentukan Strategi dari Analisis .....	137

4.5.3.1 Analisis SWOT .....	138
4.5.3.1.1 Kekuatan Perusahaan (S) .....	138
4.5.3.1.2 Kelemahan Perusahaan (W) .....	141
4.5.3.1.3 Peluang Perusahaan (O) .....	142
4.5.3.1.4 Ancaman Perusahaan (T) .....	144
4.5.3.2 Matriks SWOT .....	147
4.6 Matriks Hubungan Analisis SWOT dengan Analisis Lima Kekuatan Bersaing Porter .....	153
4.7 Penyusunan Strategi Pengembangan Usaha .....	155
4.8 Indikator Kinerja Utama .....	163
4.8.1 Perspektif Keuangan .....	163
4.8.2 Perspektif Pelanggan .....	172
4.8.3 Perspektif Proses Bisnis .....	173
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>175</b>
5.1 Simpulan .....	175
5.2 Keterbatasan .....	179
5.3 Rekomendasi .....	180
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>181</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>187</b>

## Daftar Tabel

Tabel 1.1 Tingkat Konsumsi Kopi di Indonesia .....	1
Tabel 1.2 Pertumbuhan <i>Coffee shop</i> di DI Yogyakarta .....	4
Tabel 2.1 Matriks SWOT .....	57
Tabel 2.2 Rumus Perhitungan Harga Pokok Penjualan .....	62
Tabel 2.3 Perumusan Indikator Kinerja Utama .....	66
Tabel 3.1 Tema dan Kode .....	78
Tabel 4.1 Daftar Informan Wawancara .....	85
Tabel 4.2 Transkrip Wawancara .....	86
Tabel 4.3 Perbandingan Harga Menu Kopi di Kronology dengan Pesaing .....	99
Tabel 4.4 Perhitungan Harga Pokok Penjualan Menu Kopi di Kronology .....	100
Tabel 4.5 Analisis Intensitas Persaingan antar Pemain Sejenis .....	118
Tabel 4.6 Analisis Ancaman Masuknya Pendaftar Baru .....	124
Tabel 4.7 Analisis Ancaman Produk Pengganti (Substitusi) .....	128
Tabel 4.8 Kekuatan Penawaran Pembeli .....	131
Tabel 4.9 Jenis Bahan Baku dan Pemasok .....	133
Tabel 4.10 Kekuatan Penawaran Pemasok .....	134
Tabel 4.11 Matrik SWOT Kronology Coffee and Bites .....	147
Tabel 4.12 Matriks Analisis Lima Kekuatan Bersaing Porter dengan Analisis SWOT .....	153
Tabel 4.13 Pertumbuhan Penjualan Per Bulan 2017 .....	163
Tabel 4.14 Pertumbuhan Penjualan per Bulan 2018 .....	166
Tabel 4.15 Pertumbuhan Laba Bersih Per Bulan 2017 .....	168
Tabel 4.16 Pertumbuhan Laba Bersih Per Bulan 2018 .....	169
Tabel 4.17 Pengeluaran Biaya-Biaya Per Bulan 2017 .....	170
Tabel 4.18 Pengeluaran Biaya-Biaya Per Bulan 2018 .....	172

## Daftar Gambar

Gambar 2.1 Proses Tahapan Manajemen Startegis .....	26
Gambar 2.2 Model Lima Kekuatan Bersaing Porter.....	46
Gambar 2.3 Skema Dimensi Indikator Kinerja Utama .....	64
Gambar 3.1 Format Transkrip Wawancara .....	75
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kronology Coffee and Bites.....	83
Gambar 4.2 Blanco Coffee and Books.....	90
Gambar 4.3 Maraville Coffee.....	91
Gambar 4.4 Triangulasi Sumber Manajemen Strategi .....	93
Gambar 4.5 Menu-Menu di Kronology Coffee and Bite .....	96
Gambar 4.6 Analisis Bauran Pemasaran 4P ( <i>Produc, Price, Place, dan Promotion</i> ) .....	107
Gambar 4.7 Triangulasi Sumber Analisis <i>Segmenting</i> .....	110
Gambar 4.8 Triangulasi Sumber Analisis <i>Targeting</i> .....	112
Gambar 4.9 Triangulasi Sumber Analisis <i>Positioning</i> .....	114
Gambar 4.10 Analisis STP ( <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> ).....	115
Gambar 4.11 Analisis Lima Kekuatan Bersaing Porter .....	136
Gambar 4.12 Triangulasi Sumber Analisis Lima Kekuatan Bersaing Porter...	136
Gambar 4.13 Triangulasi Sumber Analisis SWOT .....	146
Gambar 4.14 Trend Perbandingan Penjualan Kronology Periode 2017 dan 2018.....	167

## Daftar Lampiran

Lampiran 1 Protokol Wawancara.....	197
Lampiran 2 Transkrip Wawancara .....	204
Lampiran 3 Laporan Penjualan dan Biaya Tahun 2017 dan 2018.....	259
Lampiran 4 Jumlah Produk Menu Minuman Kopi Terjual Tahun 2017 dan 2018.....	260
Lampiran 5 Surat Keterangan Sunting dan Terjemahan Abstrak Bahasa Inggris .....	264
Lampiran 6 Surat Keterangan Penyuntingan Bahasa Indonesia .....	265