



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada Usaha “Dekat  
Rumah *Coffee*” di Mampang depok**

Laporan Bisnis

Rozan Fakhroni Djamal

1502025235

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2019

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa Laporan Bisnis dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PENGEMBAHAN USAHA PADA USAHA “DEKAT RUMAH COFFEE” DI MAMPANG DEPOK”**, merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain atau sebagian yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip atau dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari penulisan Laporan Bisnis ini merupakan hasil plagiat atau jiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 3 Desember 2019

Yang Menyatakan,



( Rozan Fakhroni Djamal )

NIM : 1502025235

### PERSETUJUAN UJIAN LAPORAN BISNIS

**JUDUL** : ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PADA  
**USAHA "DEKAT RUMAH COFFEE" DI  
 MAMPANG DEPOK**

**NAMA** : Rozan Fakhroni Djamal

**NIM** : 1502025235

**PROGRAM STUDI** : Manajemen (Kewirausahaan)

**TAHUN** : 2019

Laporan Bisnis ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan dalam ujian :

|              |                          |   |
|--------------|--------------------------|---|
| Pembimbing 1 | Edi Setiawan, SE., MM.,  |   |
| Pembimbing 2 | Erraridial Uta, S.E., MA |  |

Mengetahui,  
 Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
 Universitas Muhammadiyah Prof.DR. HAMKA

  
 Faizal Ridwan Zamzany, SE, MM.

**PENGESAHAN LAPORAN BISNIS**

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA PADA USAHA  
“DEKAT RUMAH COFFEE” DI MAMPANG DEPOK**

Yang disusun oleh :

Rozan Fakhroni Djamal  
1502025235

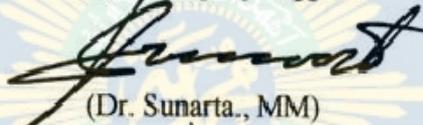
telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu  
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal : 09 Desember 2019

**Tim Penguji**

Ketua, merangkap anggota :

  
(Dr. Sunarta., MM)

Sekretaris, merangkap anggota :

  
(Faizal Ridwan Zamzany., SE., MM)

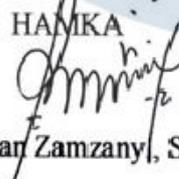
Anggota :

  
(Dr. Adityo Ari Wibowo., SE., MM)

**Mengetahui,**

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.

HAMKA

  
Faizal Ridwan Zamzany, SE., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.  
HAMKA

  
Dr. Nuryadi Wijiharjono., SE., MM

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN BISNIS UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMISI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rozan Fakhroni Djamal  
NIM : 1502025235  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Jenis Karya : Laporan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Hak Bebas Royalti Noneksekutif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA USAHA ”DEKAT RUMAH COFFEE” DI MAMPANG DEPOK”** beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, menelora dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta/Karya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di: Jakarta, 2019

Yang Menyatakan



Rozan Fakhroni Djamal

## RINGKASAN

Rozan Fakhroni Djamal (1502025235)

ANALISIS STRATEGI PENGEMBAHAN USAHA PADA USAHA “DEKAT RUMAH COFFEE” DI MAMPANG DEPOK

Laporan Bisnis. Program Strata Satu Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.

Kata kunci : strategi pengembangan, usaha photographer dan videographer, rencana bisnis.

Laporan bisnis ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan usaha fotografi yang dijalankan dan mengetahui strategi yang terbaik serta prospek keuntungan atau kerugian dari usaha Fotografi tersebut. Dalam laporan bisnis ini penulis juga bertindak sebagai pemilik usaha kafe. Penulisan ini berbentuk business plan atau rencana bisnis atas usaha yang digambarkan melalui bisnis model kanvas (Value Propotion, Customer Segment, Channel, Customer Relationship, Key Activiities, Key Resources, Key Partners, Cost Structure dan Revenue Stream. Disamping itu, Penulis menggunakan metode Analisis SWOT, PENCILS dan Matriks Ansoff yang dilengkapi dengan sumber referensi representatif lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Dekat Rumah Coffee dari aspek profit dan investasi mempunyai kelayakan usaha yang baik. Dari aspek pasar juga mempunyai kelayakan yang baik, karena dari sisi harga dapat terjangkau oleh berbagai kalangan di masyarakat khususnya di Jakarta Timur. Letak dan lokasi usaha Dekat Rumah Coffee juga memiliki lokasi yang cukup strategis meskipun ruang lingkungannya terbatas. Usaha Dekat Rumah Coffee dari aspek pemasaran dan promosi masih banyak memiliki kekurangan terutama dalam memasarkan produknya. Banyak hal-hal yang belum dilakukan yang berkaitan dengan pemasaran. Dalam hal pengembangan usaha Dekat Rumah Coffee telah melakukan beberapa kreatif. Sehingga, memberi kepuasan tersendiri kepada para konsumen. Oleh karena itu sebagai masukan diperlukan adanya kreatifitas dalam pengembangan usaha. Selain itu pemasaran yang dijalankan perlu ditingkatkan malalui pemanfaatan teknologi yang ada, perlu ditingkatkan pengelolaan keuangan dan promosi yang komprehensif dan penambahan aspek-aspek lainnya dalam rangka memajukan tempat usahanya dengan tetap berorientasi pada kepuasan pelanggan atau konsumen.

## ABSTRACT

Rozan Fakhroni Djamal (1502025235)

ANALYSIS OF DEVELOPMENT OF DEKAT RUMAH COFFEE AT MAMPANG DEPOK

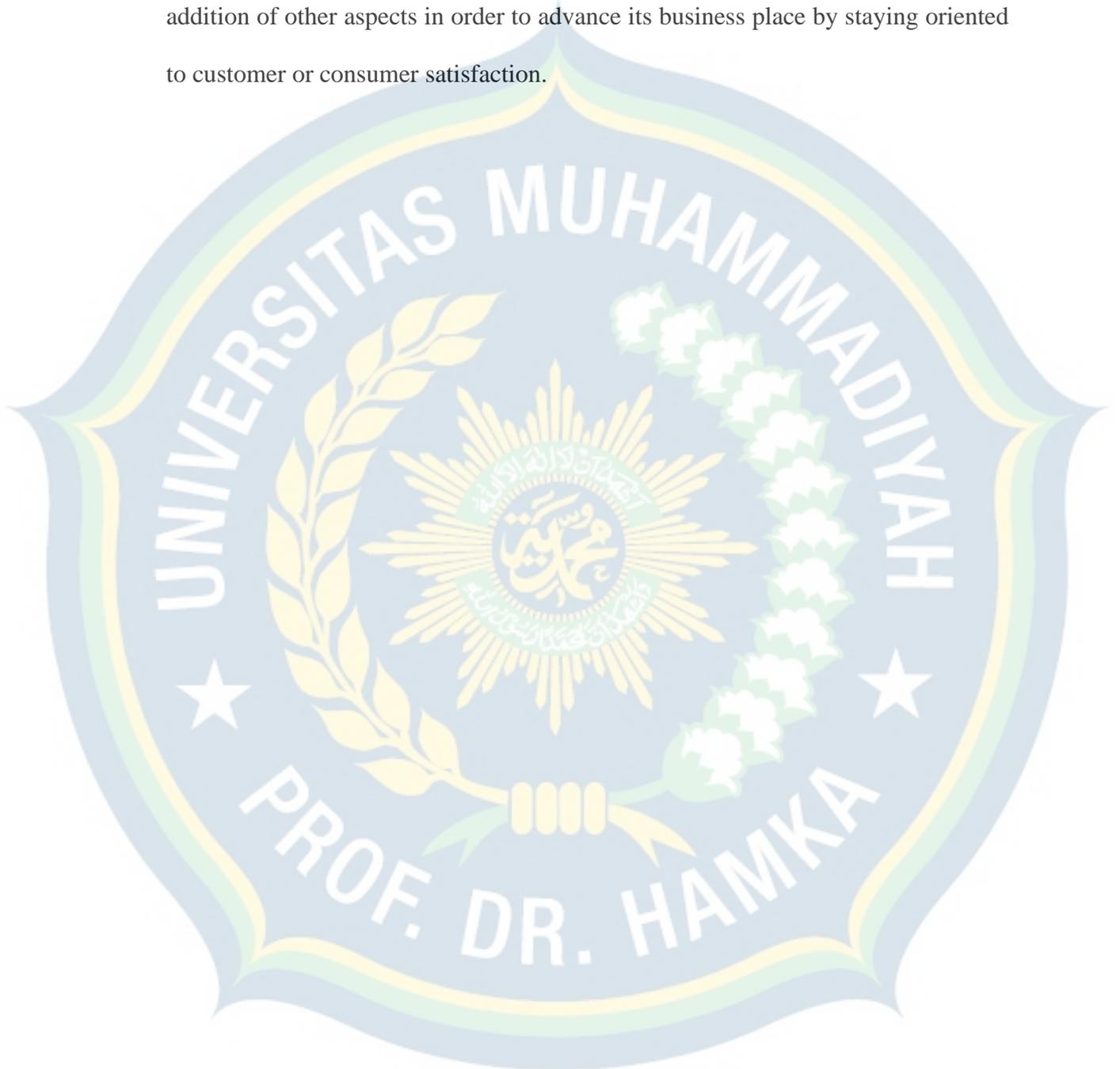
Business Report. Undergraduate Program Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta

Keywords: development strategy, business photographer and videographer, business plan.

This business report aims to determine the development of a photography business that is run and find out the best strategy and the prospects of profit or loss from the photography business. In this business report the writer also acts as the owner of the Photography and Videography business.

This writing takes the form of a business plan or business plan for the business described through the business model canvas (Value Proposition, Customer Segments, Channels, Customer Relationship, Key Activities, Key Resources, Key Partners, Cost Structure and Revenue Stream). In addition, the author uses the Analysis method SWOT, PENCILS and Ansoff Matrix which are equipped with other representative reference sources. The results of the study show that the Dekat Rumah Coffee business. Aspects of profit and investment have good business feasibility, from the market aspect it also has a good feasibility, because in terms of prices can be affordable circles in the community, especially in East Jakarta 2. Location and location of business Dekat Rumah Coffee also has a strategic location even though its scope is limited. Visual Dekat Rumah Coffee business from the marketing and promotion aspects still have many shortcomings, especially in marketing their products. done related to marketing, in terms of knowledge business development. Visual has done some creative. Thus, giving satisfaction to consumers. Therefore, as input, creativity is needed in business development. In

addition, marketing needs to be improved through the use of existing technology, comprehensive financial management and promotion needs to be improved and the addition of other aspects in order to advance its business place by staying oriented to customer or consumer satisfaction.



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Usaha “Dekat Rumah Coffee” di Mampang Depok”**. Shalawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang membawa umat manusia dari zaman yang gelap hingga terang menderang..

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Gunawan Suryoputro, M.Hum., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Zulpahmi, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak Dr. Sunarta, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Tohirin, S.Th.I., M.Pd.I., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Bapak Faizal Ridwan Zamzany., S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Bapak Dr. Sunarta, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, dan koreksi serta arahan hingga terselesaikannya skripsi ini.

8. Bapak Emaridial Ulza., S.E, MA. selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah menyempatkan waktunya untuk membimbing peneliti dan memberikan saran-sarannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Yulianto, Emak Irna, Nasya, Elsa yang selalu memberikan semangat serta doa yang tiada hentinya selama peneliti menyusun skripsi hingga selesai dalam menempuh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi manajemen.
10. Choirun Saleh, Iksan Efendi, Subhi, Alpin Djaja, Ribut Kurniadi, Wahyu Agus Tino, Rian Novriadi, Risma, Pika, Ika Ayu, Janah, Macil, Mamoy, Hesti kumalasari yang telah memberikan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan kepada pembaca untuk kepentingan dan pengembangan ilmu pengetahuan, serta saya mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tercapainya penulisan yang lebih baik lagi. Terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Jakarta, November 2019  
Penulis,

(Roza Fakhroni Djama)  
NIM. 1502025235

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b>   | <b>i</b>    |
| <b>PENGESAHAN ORISINALITAS</b>   | <b>ii</b>   |
| <b>PERSETUJUAN UJIAN LAPORAN BISNIS</b>  | <b>iii</b>  |
| <b>PENGESAHAN LAPORAN BISNIS</b>   | <b>iv</b>   |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br/>KEPENTINGAN AKADEMISI</b> | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK/INTISARI</b>  | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRACT</b>  | <b>vii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR</b>  | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI</b>  | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL</b>  | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b>   | <b>xv</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>   | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>   | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang   | 1           |
| 1.2 Permasalahan   | 5           |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah   | 5           |
| 1.2.2 Pembatasan Masalah   | 5           |
| 1.2.3 Perumusan Masalah  | 5           |
| 1.3 Tujuan Usaha   | 6           |
| 1.4 Manfaat Usaha  | 6           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA INSPIRASI BISNIS</b>                                      | <b>8</b>    |
| 2.1 Gambaran Wirausaha Sukses  | 11          |
| 2.2 Penelitian Wirausaha Sukses  | 15          |
| 2.2.1 <i>Persamaan dan Perbedaan Penelitian Wirausaha Sukses</i>                     | 18          |
| 2.2.1.1 <i>Persamaan Penelitian Wirausaha Sukses</i>                                 | 18          |
| 2.2.1.2 <i>Perbedaan Penelitian Wirausaha Sukses</i>                                 | 18          |
| 2.3 Telaah Pustaka   | 19          |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.3.1 <i>Kewirausahaan</i>                                 | 19        |
| 2.3.1.1 <i>Definisi Kerwirausahaan</i>                     | 19        |
| 2.3.1.2 <i>Faktor-Faktor Keberhasilan Wirausaha</i>        | 19        |
| 2.3.2 <i>UMKM</i>  | 23        |
| 2.3.2.1 <i>Definisi UMKM</i>                               | 23        |
| 2.3.3 <i>Strategi</i>                                      | 24        |
| 2.3.3.1 <i>Definisi Strategi</i>                           | 24        |
| 2.3.3.2 <i>Fungsi dari Strategi</i>                        | 25        |
| 2.3.3.3 <i>Unsur – Unsur Strategi</i>                      | 25        |
| 2.3.4 <i>Pengembangan Usaha</i>                            | 27        |
| 2.3.4.1 <i>Definisi Pengembangan Usaha</i>                 | 27        |
| 2.3.4.2 <i>Tahapan Pengembangan Usaha</i>                  | 28        |
| 2.3.5 <i>Pemasaran</i>                                     | 31        |
| 2.3.5.1 <i>Definisi Pemasaran</i>                          | 31        |
| 2.3.6 <i>Kelayakan Bisnis</i>                              | 31        |
| 2.3.6.1 <i>Definisi Kelayakan Bisnis</i>                   | 31        |
| 2.3.6.2 <i>Tujuan Studi Kelayakan Bisnis</i>               | 32        |
| 2.4 <i>Kerangka Konsep Business Plan</i>                   | 34        |
| <b>BAB III KERANGKA BISNIS</b>                             | <b>35</b> |
| 3.1 <i>Kerangka Bisnis</i>                                 | 35        |
| 3.2 <i>Model Business Canvas</i>                           | 38        |
| 3.3 <i>Analisis SWOT</i>                                   | 40        |
| 3.3.1 <i>Strenghts (kekuatan)</i>                          | 40        |
| 3.3.2 <i>Weaknesses (kelemahan)</i>                        | 41        |
| 3.3.3 <i>Opportunities (peluang)</i>                       | 41        |
| 3.3.4 <i>Threat (Ancaman)</i>                              | 42        |
| 3.4 <i>Public Relation Mix (PENCILS)</i>                   | 43        |
| 3.5 <i>Rencana Bisnis Masa Depan dengan Matriks Ansoff</i> | 45        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                         | <b>51</b> |
| 4.1 <i>Kerangka Bisnis</i>                                 | 51        |
| 4.1.1 <i>Ringkasan (Executive Summary)</i>                 | 51        |

|  |    |
|--|----|
| 4.1.1.1 Tujuann ( <i>Objective</i> )   | 53 |
| 4.1.1.2 Visi dan Misi ( <i>Vision and Mision</i> )                                 | 54 |
| 4.1.1.3 Kunci Sukses ( <i>Keys to Succes</i> )                                     | 54 |
| 4.1.2 Tujuan Perusahaan ( <i>Company Summary</i> )                                 | 55 |
| 4.1.2.1 Kepemilikan Perusahaan ( <i>Company Ownership</i> )                        | 55 |
| 4.1.2.2 Lokasi dan Fasilitas Perusahaan ( <i>Company Location and Facilities</i> ) | 56 |
| 4.1.2.3 Ringkasan Pemula ( <i>Start-Up Summary</i> )                               | 57 |
| 4.1.3 Pelayanan Kompetitif ( <i>Services Competitive</i> )                         | 58 |
| 4.1.3.1 Pelayanan ( <i>Services</i> )  | 58 |
| 4.1.3.2 Deskripsi Pelayanan ( <i>Services Description</i> )                        | 58 |
| 4.1.3.3 Perbandingan Kompetitif  | 58 |
| 4.1.3.4 Pemenuhan ( <i>Fullfilment</i> )   | 58 |
| 4.1.4 Analisis Ringkasan Pemasaran ( <i>Marketing Analysis Summary</i> )           | 59 |
| 4.1.4.1 Segmentasi Pasar ( <i>Marketing Segmentation</i> )                         | 59 |
| 4.1.4.2 Analisis Pesaing ( <i>Competitor Analysis</i> )                            | 60 |
| 4.1.5 Ringkasan Strategi dan Implementasi ( <i>Strategy and Implementation</i> )   | 60 |
| 4.1.5.1 Strategi Pemasaran ( <i>Marketing Strategy</i> )                           | 61 |
| 4.1.5.2 Strategi Harga ( <i>Pricing Strategy</i> )                                 | 62 |
| 4.1.5.3 Strategi Promosi ( <i>Promotion Strategy</i> )                             | 62 |
| 4.1.6 Ringkasan Manajemen ( <i>Management Summary</i> )                            | 63 |
| 4.1.6.1 Struktur Organisasi ( <i>Organization Structure</i> )                      | 63 |
| 4.1.6.2 Tim Manajemen ( <i>Management Team</i> )                                   | 64 |
| 4.1.6.3 Kesenjangan Tim Manajemen ( <i>Management Team Gaps</i> )                  | 65 |
| 4.1.6.4 Rencana Pribadi ( <i>Personal Plan</i> )                                   | 66 |
| 4.1.7 Rencana Keuangan ( <i>Financial Plan</i> )                                   | 66 |
| 4.1.7.1 Asumsi Penting ( <i>Important Assumption</i> )                             | 66 |
| 4.1.7.2 Indikator Keuangan Utama ( <i>Key Financial Indicators</i> )               | 67 |
| 4.1.7.3 Break Event Point  | 67 |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.1.7.4 <i>Investasi (Investation)</i>                              | 68        |
| 4.2 <i>Business Model Canvas</i>                                    | 72        |
| 4.2.1 <i>Proposisi Nilai (Value Propotion)</i>                      | 72        |
| 4.2.2 <i>Segmentasi Pelanggan (Customers Segmen)</i>                | 72        |
| 4.2.3 <i>Jaringan atau Saluran (Channels)</i>                       | 73        |
| 4.2.4 <i>Hubungan dengan Pelanggan (Customers Relationship)</i>     | 73        |
| 4.2.5 <i>Kegiatan Utama (Key Activities)</i>                        | 73        |
| 4.2.6 <i>Sumber Daya (Key Resources)</i>                            | 73        |
| 4.2.7 <i>Kemitraaan Kunci (Key Partners)</i>                        | 74        |
| 4.2.8 <i>Komposisi Biaya (Cost Structure)</i>                       | 74        |
| 4.2.9 <i>Aliran Dana (Revenue)</i>                                  | 74        |
| 4.3 <i>Analisis SWOT</i>  | 76        |
| 4.3.1 <i>Kekuatan (Strenghts)</i>                                   | 76        |
| 4.3.2 <i>Kelemahan (Weakness)</i>                                   | 76        |
| 4.3.3 <i>Peluang (Oppurtunities)</i>                                | 76        |
| 4.3.4 <i>Ancaman (Threats)</i>                                      | 77        |
| 4.4 <i>Public Relation Mix</i>                                      | 77        |
| 4.4.1 <i>Publikasi dan Publisitas (Publication and Publicity)</i>   | 77        |
| 4.4.2 <i>Penyusunan Program Acara (Event)</i>                       | 77        |
| 4.4.3 <i>Menciptakan Berita</i>                                     | 78        |
| 4.4.4 <i>Kepedulian pada Komunitas (Community Involvement)</i>      | 78        |
| 4.4.5 <i>Memberitahukan atau Meraih Citra (Inform or Image)</i>     | 79        |
| 4.4.6 <i>Pendekatan dan Bernegosiasi (Lobbying and Negotiating)</i> | 79        |
| 4.4.7 <i>Investasi Sosial (Social Investment)</i>                   | 79        |
| 4.5 <i>Rencana Bisnis Masa Depan</i>                                | 80        |
| 4.5.1 <i>Program Pemasaran</i>                                      | 80        |
| 4.5.2 <i>Aspek Teknis</i>   | 82        |
| 4.5.3 <i>Aspek SDM</i>  | 82        |
| 4.5.4 <i>Aspek Pengembangan</i>                                     | 83        |
| <b>BAB V PENUTUP</b>  | <b>85</b> |
| 5.1 <i>Kesimpulan</i>   | 85        |

**DAFTAR PUSTAKA****87****DAFTAR TABEL**

| Nomor | Judul  | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1.    | Faktor-Faktor Keberhasilan Wirausahaa                      | 15      |
| 2.    | Anggaran Biaya <i>Start-up</i> Usaha Photography 2K Visual | 57      |
| 3.    | Proyek Biaya Gaji  | 68      |
| 4.    | Proyek Biaya Perawatan Mesin Dan Peralatan                 | 69      |
| 5.    | Proyeksi Biaya Promosi, Transportasi, Sampah, dan Telepon  | 69      |
| 6.    | Biaya Operasional Per Bulan                                | 70      |
| 7.    | Proyeksi Biaya Penyusutan                                  | 71      |

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

“Dunia bisnis di era globalisasi saat ini menjadi sebuah tantangan dari setiap dunia usaha untuk meningkatkan kinerja dan kualitas bisnisnya agar dapat bertahan dalam persaingan seperti saat ini”. “Perubahan seperti teknologi, ekonomi dan kondisi situasi pasar makin terlihat nyata hampir disetiap sektor industri. Salah satu cara agar dapat merebut pangsa pasar tersebut adalah dengan mempertahankan pelanggan yang ada”.

Dalam perkembangan dunia usaha saat ini, banyak timbul persaingan bisnis yang semakin kompetitif. “Pengusaha dituntut tidak sekedar menerapkan berbagai strategi saja, tetapi juga harus melakukan evaluasi terus menerus. Hal ini yang membuat setiap pengusaha harus memperbaiki kegiatan pemasarannya agar mampu mencapai tujuan yang ditetapkan”. Menurut Rangkuti (2017) “Strategi perlu dilakukan sebagai cara atau taktik untuk mencapai tujuan atau suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, termasuk taktik operasionalnya”.

“Pengembangan suatu usaha menjadi tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas”.

“Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar” (Wijaya dkk, 2017).

Perubahan ekonomi dan kondisi sosial tersebut telah merubah sikap dan tingkah laku konsumen. “Para pengusaha dihadapkan pada tantangan hidup yang lebih berat dalam menjalankan usahanya agar dapat menjaga kelangsungan hidup serta mampu mengembangkan usaha-usaha yang telah dikelolanya”. “Untuk bisa bertahan pengusaha harus benar-benar memahami konsumen, sehingga produk yang ditawarkan dapat dinikmati dan pada akhirnya konsumen merasa puas pada usaha yang kita jalankan”.

“Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, sekarang kita di tuntut untuk dapat mengembangkan usaha supaya usaha kita dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses, pengembangan usaha yang baik di mulai dari diri kita sendiri walaupun banyak menghadapi kendala-kendala dalam dunia usaha, maka dari itu di butuhkan staregi dalam pengembangan usaha supaya usaha dapat bertahan lama dan tidak bangkrut”.

“Merintis usaha merupakan pekerjaan yang mudah dan dapat dilakukan oleh siapapun, yang terpenting adalah keyakinan dan nilai yang kuat untuk usaha mandiri, kemauan yang kuat untuk menjadi wirausaha saja tidak cukup. Kemampuan keberanian, dan kesempatan merupakan elemen yang lain yang harus diperkuat untuk menjadi wirausaha”.

Berwirausaha tidak semudah yang di bayangkan, akan ada waktu dimana usaha yang dijalani akan timbul berbagai masalah. Masalah yang terjadi seperti bagaimana cara mendapatkan modal usaha agar bisa mengembangkan usahanya, membutuhkan tenaga kerja sedangkan hasilnya tidak cukup untuk membayar gaji, kurang dapat mengelola keuangan sehingga pengeluaran dapat lebih banyak,

tempat lokasi yang dipilih ternyata kurang strategis, kurang paham dalam cara mempromosikan produk, serta tidak dapat mengendalikan pertumbuhan usaha (Pujihartono, 2017).

Setiap usaha pasti ada masalah yang terjadi, yakni pada usaha kecil maupun usaha besar sekalipun. Maka itu, seorang pengusaha dituntut untuk dapat mencari masalah yang ada dan bagaimana cara menyelesaikan masalah sehingga usahanya dapat terus maksimal. Usaha yang sedang dijalani oleh penulis merupakan sebuah kedai kopi yang berada di Jalan Sawangan Depok. Dalam pemilihan lokasi kedai kopi tersebut kurang strategis sehingga sulit untuk di akses oleh konsumen dan kurangnya fasilitas yang luas untuk konsumen yang *dine-in* oleh karena itu banyaknya konsumen yang memilih *take away* dikarenakan tempatnya yang kurang luas. Hal tersebut merupakan permasalahan yang dialami oleh penulis dalam usahanya. Sehingga penulis tergerak untuk dapat mengembangkan usahanya. Jika dilihat dari segi permasalahan yang ada, maka penyelesaian untuk dapat mengembangkan usahanya dengan cara mencari lokasi yang lebih strategis yang mempunyai pangsa pasar lebih luas dan memberi inovasi untuk produk yang dijual dan memperluas tempat atau lokasi tersebut agar memberi kenyamanan untuk konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2013:97) “menambahkan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk-produk atau jasa-jasa baru. Inovasi juga termasuk pada pemikiran bisnis barudan proses baru”. “Inovasi juga dipandang sebagai mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu maka perusahaan diharapkan menciptakan pemikiran-pemikiran

baru, gagasan baru yang menawarkan produk inovatif serta memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan". "Inovasi semakin memiliki arti penting bukan saja sebagai suatu alat untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melainkan juga untuk unggul dalam persaingan".

Menurut Fu'ad (2016) "Strategi dalam pemilihan lokasi usaha sangat penting dan dalam pelaksanaannya pemilik usaha harus mempertimbangkan beberapa faktor. Strategi pemilihan lokasi usaha yang berdekatan dengan sasaran / target pasar bertujuan memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan". "Disamping dekat dengan target pasar, pemilihan lokasi usaha juga perlu mempertimbangkan keberadaan infrastruktur yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha".

Pemilihan lokasi yang strategis dan inovasi produk sangatlah diperlukan dalam proses pengembangan usaha. Terlebih inovasi produk sangat diperlukan oleh seorang pengusaha yang berada ditengah pangsa pasar yang terbatas. Demi menjaga profitnya maka sebaiknya inovasi kerap dilakukan agar konsumen tetap loyal bahkan bertambah. Oleh karena itu inovasi produk sangat dibutuhkan bagi seorang wirausaha yang ingin bisnisnya berkembang dan termasuk dalam tantangan suatu usaha. Karena pada dasarnya, banyak dari produk yang dihasilkan oleh pengusaha sukses semua itu berasal dari inovasi yang dikembangkan. Menurut Fandy Tjiptono (2015:231-232) "Produk dapat diartikan sebagai pemahaman subyektif atas 'sesuatu' yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar".

“Di era sekarang kedai kopi adalah sebuah rumah nyaman tempat kita menikmati bercangkir-cangkir kopi kesukaan. *Coffee shop* dibuat dengan kenyamanan dan didesain dengan konsep menarik yang membuat pengunjung tak hanya menikmati kopi tetapi juga melebur dalam suasana yang melingkupinya”. “Tapi tak banyak yang tahu, jauh sebelum kedai kopi nyaman yang tak lepas dari *WiFi* dan mesin espresso paling canggih, kedai kopi mengalami evolusi dari zaman ke zaman. Sejarah kedai kopi telah ada sejak zaman dahulu. Melebar dan melebur menjadi budaya dan ritual manusia dalam cangkir-cangkir kopi”. Dengan tersebar luasnya kedai-kedai kopi di Indonesia membuat banyaknya persaingan bisnis *coffee shop* yang semakin beraneka ragam. Menjadi pendorong majunya perindustrian masyarakat Indonesia yang mulai berbisnis atau membuka lowongan pekerjaan di bisnis *coffee shop*.

“Kewirausahaan muncul karena adanya sikap dan perilaku inovatif, antisipatif, pengambil resiko, memadukan kepribadian, peluang, dana dan sumber daya yang terdapat pada lingkungan untuk mendapatkan keuntungan” (Nurdin, 2017). Kewirausahaan menurut Rusdiana (2014:50-51) “Suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya”. Pada era modernisasi saat ini, kesadaran akan pentingnya wirausaha mulai meningkat. Terlebih karena pihak pemerintah maupun swasta memberi ruang dan kesempatan bagi wirausahawan muda yang sedang memulai usahanya. “Wirausaha usaha menciptakan sesuatu lapangan pekerjaan sesuai dengan kemampuan yang nantinya akan mendapatkan kepuasan pribadi (Arief dkk, 2016)”.

“Dengan berwirausaha, sekecil apapun bentuknya apabila dikembangkan dengan prinsip ekonomi dan dilakukan secara profesional maka akan tumbuh jiwa entrepreneurship dalam diri”.

Penelitian terdahulu memiliki perbedaan antara hasil penelitian satu dengan lainnya.

“Fahri faturohman (2016) melakukan penelitian dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembesaran Ikan Mas Di Kecamatan Banjar Kabupaten Pandeglang”. “Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha dan merumuskan strategi pengembangan usaha pembesaran ikan mas di Kecamatan Banjar Kabupaten Pandeglang”. “Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2015 sampai September 2016. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Metode pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode Slovin dengan jumlah responden sebanyak 87 orang”.

“Gustina Siregar (2017) melakukan penelitian dengan judul Analisis Kelayakan Dan Strategi Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong. Penelitian analisis kelayakan dan strategi pengembangan usaha ternak sapi potong dilakukan untuk mengetahui tingkat kelayakan dan strategi pengembangan usaha ternak sapi potong”. “Hasil penelitian diperoleh ketersediaan input (bibit, kandang, peralatan modern dan tenaga kerja) di lokasi penelitian. Secara ekonomi usaha ternak sapi potong layak dikembangkan dengan pendapatan Rp 32.274.213 per tahun dengan B/C Ratio 2,03. Strategi pengembangan adalah meningkatkan produksi dan mutu (bobot) ternak sama dengan agen penyalur”.

“Mohamad Nur Utomo (2017) melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil dan Menengah (Umkm) di Kota Tarakan”. “Penelitian ini bertujuan untuk menguji strategi pengembangan dan meningkatkan daya saing dalam menghadapi persaingan pasar bebas Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015, di UKM di kota Tarakan, Kalimantan Utara”. “Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif, yaitu untuk mengidentifikasi terkait dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM dan menganalisisnya menggunakan analisis SWOT dan kemudian merumuskan model strategi untuk mengatasinya”.

“Adrianus Aprillius (2018) melakukan penelitian berjudul Strategi Pengembangan Bisnis Restoran Menggunakan Analisis Swot dan Qspm (Perencanaan Strategis Kuantitatif) di La Pizza Makassar Restaurant”. “Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan restoran. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal yang dilakukan di *La Pizza* Restaurant diperoleh beberapa hal yang paling mempengaruhi bisnis restoran”.

“Yudi Wahyu Satrio (2015) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengembangan Usaha Sapi Potong Di Kabupaten Banyubiru, Kabupaten Semarang”. “Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen bisnis peternak itik, faktor pendukung dan penghambat pengembangan bisnis itik dan mengidentifikasi prospek dan strategi pengembangan bisnis di tingkat peternak di Kabupaten Banyubiru”. “Penelitian dilakukan pada bulan November hingga

Desember 2014. Penentuan lokasi atau area penelitian dilakukan dengan *purposive sampling*. “Metode pengambilan sampel dilakukan dengan qouta sampling. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai Location Quotient (LQ) di Kabupaten Banyubiru Kabupaten Semarang sebesar 14,15 yang berarti bahwa subsektor peternakan itik di Kabupaten Banyubiru lebih spesialis daripada di tingkat Kabupaten Semarang”. “Berdasarkan analisis SWOT, skor total bobot Eksternal Internal adalah 3,00 dan 3,24, yang berarti bahwa pertumbuhan atau pengembangan dapat dilakukan dengan meningkatkan sumber daya manusia, memanfaatkan sumber daya alam atau pakan untuk meminimalkan biaya produksi”.

“Permata Ika Hidayati (2017) melakukan penelitian dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Broiler di Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur”. “Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yang menjadi kekuatan utama dalam pengembangan peternakan unggas adalah bisnis herediter dan ketersediaan alat transportasi”. “Secara eksternal, faktor utama adalah ketersediaan peluang pasar dan distribusi pendek dan pertumbuhan populasi”. Faktor-faktor ini adalah tantangan utama dan fluktuasi harga penyakit ayam.

I Ketut Satriawan (2015) melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Bisnis Bakery Bali Kencana, Denpasar. Dalam strategi Internal *External Strategy* (IE), yang perlu dilakukan adalah menumbuhkan dan menetapkan strategi (*growth and build*), “yang terdiri dari strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal). Ada

sembilan strategi alternatif yang dapat dirancang untuk mengembangkan bisnis Bali Kencana Bakery”.

“Andri Irawan (2018) melakukan penelitian berjudul Analisis Implementasi Strategi dalam Kegiatan Produksi di bisnis Jhonny Walker Leatherworks di kota Cimahi, Jawa Barat”. “Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana menerapkan strategi operasional dalam kegiatan produksi untuk UMKM. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif”. “Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi dan wawancara. Berdasarkan diskusi yang telah dilakukan mengenai hasil operasi strategis yang telah dilakukan oleh UMKM Jhonny Walker Leatherworks telah memberikan hasil positif, tetapi sebagai evaluasi dari implementasi strategi yang dimaksud adalah UMKM Jhonny Walker Leatherworks harus mencari tahu strategi operasi yang bisa dilakukan untuk mencoba pasar Kota Cimahi”.

“Edi Suandi (2015) melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Mikro di Yogyakarta”. “Penelitian ini menyusun strategi operasional dan tepat untuk mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)”. “Profil UMKM juga perlu dikenali dan dianalisis. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari survei lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber publikasi. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif”. “Sehubungan dengan berbagai masalah yang dilakukan oleh UMKM, ada beberapa strategi untuk mengatasinya”. “Pengembangan UMKM tidak hanya dilakukan oleh UMKM, tetapi juga harus didukung oleh semua pemangku

kepentingan. Dukungan diharapkan datang dari asosiasi bisnis, universitas, dan lembaga terkait di kabupaten / kota di DIY”. “Kebijakan pemerintah juga diperlukan untuk mendorong pengembangan UMKM. Pengembangan UMKM di DIY mempercepat transformasi UMKM dari fase pembentukan ke fase stabilisasi”.

Dewi Aulia (2015) melakukan penelitian dengan judul Perencanaan Strategi Bisnis Pengembangan Kain Tenun Sutra dengan Metode Balanced Scorecard (Studi Kasus di Pabrik Sutra Tiga Pria). “Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan dan merumuskan serta merencanakan strategi untuk mengembangkan bisnis kain tenun sutra di pabrik sutra Tiga Putra dalam upaya untuk mendapatkan banyak hubungan bisnis dan menambah nilai bagi profitabilitas perusahaan”. “Dalam penelitian ini metodologi yang digunakan dalam perencanaan strategi pengembangan bisnis ini adalah pendekatan Balanced Scorecard (BSC), metode balanced scorecard awalnya diciptakan untuk mengatasi masalah kelemahan dalam sistem pengukuran kinerja yang fokus pada aspek keuangan, kemudian pengalaman balanced scorecard pengembangan implementasinya tidak hanya sebagai alat pengukuran kinerja tetapi meluas sebagai pendekatan dalam mengembangkan rencana strategis (Mulyadi, 2015)”. “Jadi hasil dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan bahwa penggunaan model Balanced Scorecard (BSC) dapat dilakukan untuk merencanakan dan merumuskan strategi untuk mengembangkan bisnis kain tenun sutra dengan tidak melupakan kapasitas perusahaan itu sendiri”.

Hepi Hapsari (2015) melakukan penelitian berjudul Meningkatkan Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Perusahaan Olahan-Salak Manonjaya.

“Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) nilai tambah pengolahan zakat, 2) faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis pengolahan zakat, dan 3) strategi pengembangan pengolahan zakat”. “Metode yang digunakan adalah survei deskriptif. Responden penelitian adalah pengrajin dan pedagang produk olahan salak di Tasikmalaya”. “Data dianalisis dengan analisis nilai tambah, rasio pendapatan terhadap biaya, dan analisis faktor internal-eksternal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi keripik dodol, manisan, dan salak menghasilkan nilai tambah masing-masing Rp 6.234,65 / kg, Rp10.443,23 / kg dan Rp2.297,33 / kg”. “Faktor internal kekuatan dan kelemahan bisnis pengolahan buah salak, serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman telah diinventarisasi. Strategi untuk mengembangkan bisnis pengolahan buah salak di Manonjaya adalah mempertahankan dan mempertahankan penetrasi pasar dan diversifikasi produk olahan”.

Soni Supriatna (2014) “melakukan penelitian yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kopi Luwak”. “Tujuan penulisan ini adalah 1) untuk mengetahui bauran pemasaran (marketing mix) yang telah diterapkan oleh SME Careuh Coffee; 2) mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang memengaruhi strategi UMKM Careuh Coffee; 3) mengembangkan dan merekomendasikan strategi alternatif yang efektif dan efisien untuk UKM Kopi Careuh”. “Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan UMKM Kopi Careuh adalah Kondisi Keuangan, Sumber Daya Manusia, Sikap Konsumen, Teknologi Informasi, dan Lokasi”. “Penelitian ini menggunakan metode AHP, hasil dari strategi alternatif yang dapat

dilakukan oleh UKM Kopi Careuh, termasuk memperkuat pemasaran sumber daya manusia”. “Strategi ini bertujuan untuk membangun fondasi yang kuat agar UKM Kopi Careuh dapat berjalan dengan baik. Kemudian strategi berikutnya berturut-turut adalah strategi integrasi di masa depan, optimalisasi pemasaran digital dan promosi pemasaran bellow-the-line”.

Miftakhurrizal Kurniawan (2017) melakukan penelitian tentang Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Minuman Jus Sirsak. “Tujuan dari penelitian ini menghasilkan rumusan strategi sesuai dengan kondisi UKM minuman jus sirsak dalam mengembangkan usaha. Pengembangan yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan pasar, produk, dan fungsi lain dalam perusahaan”.

Haryati Lakamisi (2016) melakukan penelitian dengan judul *Financial Analysis and Business Development Strategy Vernis Peanut*. “Tujuan dari penelitian ini Menentukan strategi finansial pengembangan usaha kacang vernis melalui analisis kelayakan finansial dalam meningkatkan kapasitas produksi dan pinjaman modal”. “Kemudian Menganalisis kondisi lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) pengembangan usaha kecil menengah kacang vernis. Merumuskan strategi yang tepat untuk pengembangan usaha kecil menengah kacang vernis”.

Hary Hermawan (2017) melakukan penelitian dengan judul *Development Strategy of Flora Tour Destination*. “Hasil analisis merujuk pada strategi memperbaiki kelemahan untuk mengambil peluang (WO)”. “Aplikasi dalam pengembangan destinasi tingkat tapak lahan meliputi : penataan atau *landscaping*; pembangunan sarana wisata dan aksesibilitas; rekomendasi menggarap potensi

daya tarik alam budaya serta potensi flora khas yang ada untuk di kemas menjadi daya tarik wisata yang indah, unik dan otentik”. “Dengan penataan taman atau *landscaping* sebagai kesan pertama dan *icon* wisata puspo Ardi, pengadaan fasilitas mulai yang paling dasar seperti tempat parkir, plang petunjuk, tempat duduk umum, gazebo, toilet dan seterusnya”.

I Dewa Gede Bagus Ekapriyatna (2016) melakukan penelitian dengan judul *Development of Strategy Analysis of Broiler Farm in Sidan Village, Gianyar*. “Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi lingkungan internal berupa kekuatan yaitu produk berkualitas tinggi, harga yang terjangkau, menggunakan saluran distribusi langsung, promosi yang cukup optimal, kepuasan kerja karyawan cukup tinggi, kondisi kerja yang kondusif dan kelemahan usaha ini yaitu produk yang dihasilkan kurang bervariasi, penetapan harga yang berbeda, tidak memiliki cabang usaha, tidak membuat laporan keuangan, masih lemahnya pendelegasian tugas”. “Kondisi eksternal yang menyangkut peluang adalah dapat meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, adanya kerjasama dengan usaha sejenis, mendapat dukungan dari masyarakat, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi sudah baik yang menjadi ancaman yaitu kebijakan perekonomian, keberadaan pesaing, tertundanya kegiatan usaha akibat acara keagamaan”. “Strategi yang harus ditetapkan oleh usaha ini adalah Strategi Integrasi Horizontal, Diversifikasi Konsentrik, dan Joint Venture”.

Ikhsan Gunawan (2015) melakukan penelitian dengan judul *Analysis of Business Development Strategy of Superior Agricultural Commodities in Rokan Hulu*. Hasil penelitian menunjukkan komoditas terpilih di Rokan Hulu yang

menjadi fokus penelitian adalah karet, sapi, dan akuakultur. Hasil ini berdasarkan perhitungan LQ di Rokan Hulu dan pertimbangan berbagai faktor. Prioritas pengembangan karet adalah peningkatan produksi melalui intensifikasi, perluasan, dan peremajaan yang didukung oleh penyediaan fasilitas produksi yang mungkin diperlukan dengan jumlah, tempat, dan waktu, dan konseling untuk memperkenalkan teknologi baru yang sesuai yang terkait dengan program intensifikasi.

Fiya Fajriya Riska (2015) melakukan penelitian dengan judul *Business Development Strategy of Catfish Farming on "Toni Makmur" Business in Kauman Village Agropolitan Region Jombang, East Java*. "Tujuan penelitian ini untuk mengetahui profil usaha budidaya, menganalisis penerapan manajemen usaha, mengetahui dan menganalisis faktor internal dan eksternal usaha dan menganalisis strategi pengembangan usaha budidaya ikan lele" "Toni Makmur. Jenis penelitian ini adalah deskriptif". "Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Profil usaha budidaya ikan lele Toni Makmur terdiri dari sejarah dan perkembangan usaha". "Manajemen usaha yang dijalankan pada usaha ini saling berkaitan mulai dari pra produksi sampai dengan pasca produksi yang dipengaruhi oleh beberapa aspek yaitu aspek teknis, aspek manajemen, aspek sosial ekonomi, aspek hukum, aspek pemasaran, aspek lingkungan, dan aspek finansial".

Rizki Aliyah (2015) melakukan penelitian dengan judul *Business Development Strategy of Fish Floss Processing at Rumah Abon, Bandung*. "Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kendala dalam kegiatan produksi dan pemasaran abon ikan di Rumah Abon dan

menganalisis strategi bisnis pengembangan abon ikan di Rumah Abon”. “Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan satuan kasusnya adalah usaha Rumah Abon. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan wawancara langsung dengan pengusaha Rumah Abon”. “Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Abon untuk kondisi saat ini cocok menerapkan strategi agresif”. “Alternatif strategi yang dapat digunakan yaitu meningkatkan penguasaan teknologi pengolahan abon untuk meningkatkan produksi dan kualitas produk, meningkatkan kualitas tenaga kerja, menambah kapasitas produksi, meningkatkan modal untuk menambah kapasitas produksi dan meningkatkan kegiatan promosi”.

Delfiana Kolo (2016) melakukan penelitian dengan judul *Business Development Strategy of Corn Biscuit in “Tani Lestari”, Subun Tua’lele Village, North Timor*. “Berdasarkan hasil penelitian dalam pembahasan dapat disimpulkan bahwa kelompok wanita tani lestari merupakan salah satu kelompok tani yang berada di desa subun tualele”, “kecamatan insana barat, yang di bentuk pada Tahun 2000, dan melakukan usaha biskuit jagung pada Tahun 2012, yang semua anggotanya terdiri dari para wanita dalam melakukan kegiatan usaha melalui pengolahan jagung menjadi biskuit jagung”. “Berdasarkan hasil penelitian dari analisis SWOT di peroleh titik koordinat (0,86, 1,02) yang mana koordinat ini berada pada kuadran 1 (agresif), artinya usaha biskuit jagung pada kelompok Wanita Tani Lestari memiliki kekuatan dan peluang yang sangat baik, sehingga

Kelompok Wanita Tani Lestari dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada untuk mengembangkan usaha biskuit jagung selanjutnya”.

“Adelia Rizky (2016) melakukan penelitian dengan judul *Business Analysis and Development Strategy of Turkey Farm in Mitra Alam, Lampung*”. “Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aktivitas bisnis dan pengembangan strategis usahatani kalkun Mitra Alam Kabupaten Pringsewu di Provinsi Lampung”. Metode penelitian ini adalah studi kasus, menggunakan analisis data deskriptif dengan menerapkan rumusan evaluasi ekonomi yang meliputi pendapatan, Break Even Point (BEP), R / C ratio dan analisis SWOT. Hasil ini menunjukkan bahwa peternakan kalkun Mitra Alam berpotensi untuk dikembangkan. Posisi pertanian Mitra Alam turkey berada di kuadran II yang termasuk area diversifikasi. Prioritas strategis untuk tambak Mitra Alam turkey adalah pengembangan produk berkualitas dengan mengikuti pelatihan dan pelatihan bisnis untuk mengembangkan pengembangbiakan kalkun di tempat lain, menggunakan teknologi canggih untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas sesuai dengan preferensi orang yang mengkonsumsi produk bergizi tinggi, menyewa peternakan hewan profesional untuk menjaga kualitas, sehingga orang tahu manfaatnya.

Dari penjelasan dan research gap diatas penulis tertarik untuk membuat laporan usaha kopi di daerah Depok tepatnya di Mampang, sehingga penulis memilih untuk membuat laporan akhir dengan judul **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha “Dekat Rumah Coffee ” di Mampang Depok”**.

## **1.1 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang usaha, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam usaha ini adalah sebagai berikut :

1. Kendala yang di hadapi dalam pengelolaan usaha “Dekat Rumah *Coffee*”.
2. Pengembangan usaha dengan melakukan inovasi produk dan strategi pemilihan lokasi yang tepat.
3. Strategi pemasaran yang dilakukan dalam pemasaran kopi.

#### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

“Pembatasan ruang lingkup usaha agar dalam laporan usaha terfokus pada permasalahan yang ada beserta pembahasannya. Sehingga diharapkan tujuan nanti tidak menyimpang dari sasarannya”. “Ruang lingkup laporan usaha dilakukan terbatas pada bagaimana analisis strategi pengembangan usaha Dekat Rumah *Coffee* yang bertempat di Mampang, Depok”.

#### **1.2.3 Perumusan Masalah**

“Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam usaha ini yaitu”: "Bagaimana strategi pengembangan produk yang baik agar menjadi *entrepreneur* yang sukses dengan usaha kopi?”

#### **1.3 Tujuan Usaha**

“Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam usaha ini adalah” :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan yang baik dalam mengelola usaha.
2. Untuk mengetahui pemilihan lokasi usaha yang tepat.

3. Untuk mengetahui seberapa besar peluang yang ada dalam usaha kopi.
4. Untuk mengetahui strategi pemasaran seperti yang dibutuhkan dalam usaha kopi.

#### **1.4 Manfaat Usaha**

Penulis berharap dari penulisan ini dapat memberikan manfaat pada banyak pihak yaitu antara lain :

##### **1. Manfaat ekonomi**

Dengan adanya usaha ini dapat menambah pengalaman dan ilmu dalam kewirausahaan sehingga diharapkan terwujudnya kemampuan dan kemandirian dalam berwirausaha. Dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi sehari-hari, usaha kopi ini diharapkan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dikarenakan usaha ini mempunyai peluang yang menjanjikan. Oleh karena itu kualitas produk selalu dijaga dan dijamin kesehatannya.

##### **2. Manfaat Sosial**

###### **1) Bagi Pemilik**

Adanya usaha kopi ini, pemilik sangat berharap agar usaha ini dapat berkembang dan banyak diminati masyarakat luas. Pada dasarnya tujuan utama pemilik adalah memperoleh keuntungan dari usaha ini. Tetapi dengan berjalannya usaha maka banyak ilmu yang juga didapat, sehingga pemilik mendapatkan pembelajaran mengenai hal dalam menjalankan usaha. Adapun pembelajaran yang didapat pemilik seperti bagaimana cara melakukan pekerjaan mulai dari penyediaan bahan baku, persiapan, pengolahan,

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah Rizki, 2015. *Business Development Strategy of Fish Floss Processing at Rumah Abon*, Bandung.
- Aprilius, Adrianus, 2018. Strategi Pengembangan Usaha Restoran Menggunakan Analisis SWOT dan Qpsm di Restoran La Pizza Makassar, Makassar
- Aulia, Dewi, 2015. *Business Strategy Planning of Silk Woven Fabric Development with Balanced Scorecard Method*, Bandung
- Bagus Ekapryatma, I Dewa Gede, 2016. *Development of Strategy of Catfish Farming on "Toni Makmur" Business in Kauman Village Agropolitan Region Jombang East Java*, Jombang
- Solihin Abdul Wahab (2008). Pengantar Akuntansi Kebijakan Publik. UPT penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang
- Tim penyusun (2018). Pedoman Magang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uhamka
- Daryanto. (2012). *Model Pembelajaran Inovatif*. Yogyakarta: Gava Media
- Hasibuan, Malayu S.P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara
- Hendro (2011). *Dasar-dasar kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga
- Irham, Fahmi. (2012). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Alfabeta. Bandung
- Manullang. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta
- Moenir, A.S. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Nawawi, H. Hadari. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Poerwadarminta, W.J.S. (1996). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

Republik Indonesia (2008). *Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan*.

Republik Indonesia (2009). *Undang-Undang No. 16 tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*

Safroni, Ladzi. (2012). *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia*. Surabaya: Aditya Media Pubhlinging

Sofian, Assauri. (2001). *Pangsa Pasar Jakarta*: Lembaga Penerbit Universitas Indonesia

Siti, Al, Fajar & Heru, Tri (2013), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YPKN.

Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: SALEMBA EMPAT

Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: SALEMBA EMPAT

Titik Wijayanti, *Marketing Plan Dalam Bisnis*, edisi 1, Jakarta, PT Elex Media Komputindo, (2012)