

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA HAKKAN.ID

RADHA NISKA FRATAMA



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Perpustakaan IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis pada Hakkan.id” adalah karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, November 2025

Radha Niska Fratama
K1501232146



RINGKASAN

RADHA NISKA FRATAMA. Strategi Pengembangan Bisnis pada Hakkan.id. Dibimbing oleh Siti Jahroh dan Heny Kuswanti Suwarsinah.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, menyumbang 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Salah satu sektor yang berkembang signifikan adalah industri makanan dan minuman, termasuk kuliner Jepang yang banyak diminati oleh masyarakat. Tren makanan Jepang yang semakin populer di kalangan masyarakat, terutama generasi muda, membuka peluang bisnis yang besar bagi pelaku UMKM seperti Hakkan.id. Usaha ini bergerak di bidang kuliner dengan produk utama takoyaki dan okonomiyaki yang beroperasi di dua lokasi, yakni Pandu Raya dan Dramaga Bogor. Meskipun mengalami pertumbuhan omzet rata-rata sebesar 22,5%, Hakkan.id masih menghadapi kesenjangan antara target dan realisasi penjualan akibat tingginya persaingan dengan kompetitor yang memiliki kapasitas lebih besar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi usaha Hakkan.id, merumuskan alternatif strategi pengembangan bisnis, serta menentukan prioritas strategi yang paling sesuai untuk diterapkan. Metode yang digunakan meliputi analisis manajemen fungsional, *Porter's Five Forces*, *Internal Factor Evaluation* (IFE), *External Factor Evaluation* (EFE), IE Matrix, SWOT Matrix, dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Masing-masing alat analisis digunakan sesuai dengan tahapan penentuan strategi, yaitu tahapan masukan, tahapan pencocokan dan tahapan keputusan. Penelitian ini telah dilaksanakan dari bulan Desember 2024 hingga bulan Juni 2025. Data primer diperoleh melalui wawancara dan kuesioner kepada pihak internal dan eksternal perusahaan melalui 4 responden utama (pemilik usaha, bagian operasional, pelanggan praktisi bisnis, dan mentor bisnis) serta 10 konsumen Hakkan.id.

Hasil analisis internal didapatkan enam kekuatan dan empat kelemahan, sedangkan hasil analisis eksternal didapatkan lima peluang dan lima ancaman. Berdasarkan hasil analisis IFE dan EFE Hakkan.id posisi perusahaan berada pada sel V dalam Matriks IE, yang menunjukkan strategi *hold and maintain*. Strategi yang direkomendasikan untuk posisi tersebut adalah strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk. Strategi penetrasi pasar berfokus pada peningkatan penjualan produk atau jasa yang ada di pasar yang sudah ada, sedangkan strategi pengembangan produk berfokus pada pengembangan produk atau jasa baru untuk pasar yang sudah ada atau pasar yang baru.

Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan bisnis, berdasarkan hasil analisis matriks SWOT didapatkan tujuh alternatif strategi yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan berdasarkan poin enam kekuatan, empat kelemahan, lima peluang dan ancaman. Tahapan selanjutnya adalah penentuan strategi prioritas melalui matriks QSPM sebagai alat analisisnya. Strategi prioritas utama yang direkomendasikan adalah melakukan diferensiasi produk (takoyaki *frozen*, takoyaki dan okonomiyaki *cake*, Yakisoba) untuk memperluas pangsa pasar, mengalokasikan sumber daya pada pemanfaatan lokasi

@Hak cipta milik IPB University

yang dekat dengan kampus IPB sebagai pusat konsumen potensial. Fasilitas *dine in* harus ditingkatkan untuk menciptakan pengalaman makan yang berbeda dengan membuat menu eksklusif *dine in*, dekorasi khas Jepang. Strategi berikutnya memanfaatkan perkembangan *digital marketing* dan layanan *food delivery*, menyesuaikan harga produk dan melakukan strategi *bundling* untuk meningkatkan daya saing, meningkatkan sistem informasi manajemen serta penggunaan teknologi *digital real time* keuangan, memperkuat *branding* dan loyalitas pelanggan, inovasi menu kombinasi Jepang–lokal untuk mengurangi risiko penurunan tren makanan Jepang dan menghadapi persaingan, fokus pada skala kecil–menengah dengan inovasi menu yang fleksibel. Urutan prioritas ini menunjukkan bahwa Hakkan.id sebaiknya memfokuskan pengembangan bisnisnya pada strategi yang memiliki nilai daya tarik tertinggi terlebih dahulu, khususnya yang berkaitan dengan diferensiasi produk, penetrasi pasar, strategi harga yang kompetitif, promosi aktif, guna memperkuat daya saing di tengah pasar yang kompetitif.

Penelitian ini merekomendasikan fokus pada inovasi produk, strategi digitalisasi operasional dan pemasaran, strategi harga yang kompetitif dan peningkatan *branding* agar *Hakkan.id* mampu mempertahankan pertumbuhan berkelanjutan dan daya saing di tengah industri kuliner Jepang yang dinamis. Implikasi manajerial dari penelitian ini menekankan pentingnya evaluasi dan pengawasan berkelanjutan terhadap implementasi strategi agar *Hakkan.id* dapat tumbuh secara berkelanjutan dan memperkuat daya saing di pasar kuliner lokal.

Kata kunci: Kuliner Jepang, QSPM, Strategi Bisnis, SWOT, UMKM.



SUMMARY

RADHA NISKA FRATAMA. Business Development Strategy at Hakkan.id.
Supervised by Siti Jahroh and Heny Kuswanti Suwarsinah.

Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play a vital role in the national economy, contributing 61% to Indonesia's Gross Domestic Product (GDP) and employing around 97% of the workforce. One sector experiencing significant growth is the food and beverage industry, including Japanese cuisine, which is highly sought after by the public. The growing popularity of Japanese food among the public, especially the younger generation, opens up significant business opportunities for MSMEs such as Hakkan.id. This culinary business, with its main products being takoyaki and okonomiyaki, operates in two locations: Pandu Raya and Dramaga Bogor. Despite experiencing an average sales growth of 22.5% from November 2022 to November 2024, Hakkan.id still faces a gap between its sales targets and actual sales due to intense competition from larger competitors.

This study aims to analyze internal and external factors affecting Hakkan.id's business, formulate alternative business development strategies, and determine the most appropriate strategic priorities to implement. The methods used include functional management analysis, Porter's Five Forces, Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), IE Matrix, SWOT Matrix, and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Each analytical tool is used according to the strategy determination stages, namely the input stage, the matching stage, and the decision stage. This study was conducted from December 2024 to June 2025. Primary data was obtained through interviews and questionnaires with internal and external parties of the company through four main respondents (business owners, operational departments, business practitioner customers, and business mentors) and 10 Hakkan.id consumers

The internal analysis yielded six strengths and four weaknesses, while the external analysis yielded five opportunities and five threats. Based on the IFE and EFE analyses, Hakkan.id's company is positioned in cell V of the IE Matrix, indicating a hold and maintain strategy. The recommended strategies for this position are market penetration and product development. Market penetration focuses on increasing sales of existing products or services in existing markets, while product development focuses on developing new products or services for existing or new markets.

The SWOT matrix is used to formulate alternative business development strategies, based on the results of the SWOT matrix analysis, seven alternative strategies can be implemented by the company based on six strengths, four weaknesses, five opportunities and five threats. The next stage is determining priority strategies using the QSPM matrix as an analysis tool. The recommended main priority strategy is to differentiate products (frozen takoyaki, takoyaki and okonomiyaki cake, Yakisoba) to expand market share, allocate resources to utilize locations close to the IPB campus as a potential consumer center. Dine-in facilities must be improved to create a different dining experience by creating an exclusive dine-in menu, typical Japanese decoration. The next strategy utilizes the development of digital marketing and food delivery services, adjusts product prices

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



and carries out bundling strategies to increase competitiveness, improves management information systems and the use of real-time digital financial technology, strengthens branding and customer loyalty, innovates Japanese-local combination menus to reduce the risk of declining Japanese food trends and facing competition, focuses on small-medium scale with flexible menu innovation. This priority order shows that Hakkan.id should focus its business development on strategies that have the highest attractiveness value first, especially those related to product differentiation, market penetration, competitive pricing strategies, active promotions, in order to strengthen competitiveness in a competitive market.

The following strategies include utilizing the growth of digital marketing and food delivery services, adjusting product prices and implementing bundling strategies to increase competitiveness, improving the management information system and adopting real-time digital financial technology, strengthening branding and customer loyalty, innovating Japanese–local fusion menus to mitigate the risk of declining Japanese food trends and face competition, and focusing on small-to-medium scale operations with flexible menu innovations. This order of priorities indicates that Hakkan.id should focus its business development on strategies with the highest attractiveness values, particularly those related to market penetration, active promotion, and competitive pricing strategies, in order to strengthen its competitiveness in a highly competitive market.

his study recommends focusing on product innovation, operational and marketing digitalization strategies, competitive pricing strategies, and branding enhancements to enable Hakkan.id to maintain sustainable growth and competitiveness in the dynamic Japanese culinary industry. The managerial implications of this study emphasize the importance of continuous evaluation and monitoring of strategy implementation to ensure Hakkan.id's sustainable growth and competitiveness in the local culinary market.

Keywords: Business Strategy, Japanese Cuisine, MSMEs, QSPM, SWOT.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA HAKKAN.ID

RADHA NISKA FRATAMA

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



Tim Penguji pada Ujian Tesis:

- 1 Dr. Suprehatin, S.P., M.AB.
- 2 Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Tesis : Strategi Pengembangan Bisnis pada Hakkan.id
Nama : Radha Niska Fratama
NIM : K1501232146

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.



Pembimbing 2:
Dr. Ir. Heny K. Suwarsinah, M.Ec.

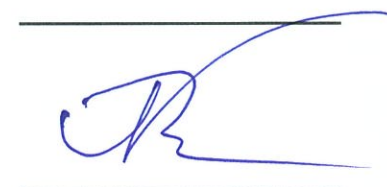


Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana
Manajemen dan Bisnis :
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.
NIP. 196009161986011001



Dekan Sekolah Bisnis :
Prof. Dr. Ir. Noer Azzam Achsani, M.S.
NIP. 196812291992031016



Tanggal Ujian: 24 Oktober 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Desember 2024 sampai bulan Juni 2025 ini ialah Manajemen Strategi, dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis pada Hakkan.id”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc. dan Dr. Ir. Heny Kuswanti Suwarsinah, M.Ec. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada moderator ujian, Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M. dan penguji luar komisi pembimbing, Dr. Suprehatin, S.P., M.AB. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Hakkan.id yang telah bersedia menjadi objrk penelitian. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah saya Syarkawi, ibu saya Mardianis, adik saya Frandy Mey Syaputra dan Radhini Aulya Syafutri serta teman-teman R71 dan Anak Ayam Piyik yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, November 2025

Radha Niska Fratama

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Manajemen Strategi	5
2.2 Formulasi Strategi	6
2.3 Kerangka Pemikiran	11
III METODE	13
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	13
3.2 Jenis dan Sumber Data	13
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Informasi	14
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	14
3.5 Metode Analisis Data	15
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Gambaran Umum Hakkan.id	22
4.2 Analisis Faktor Eksternal dan Internal Hakkan.id	23
4.3 Perumusan Strategi Pengembangan Usaha	38
4.4 Prioritas Strategi	43
4.5 Implikasi Manajerial	44
V SIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Simpulan	48
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	54
RIWAYAT HIDUP	68



DAFTAR TABEL

1	Jenis dan sumber data	13
2	Responden penelitian	14
3	Teknik pengolahan dan analisis data	15
4	Ilustrasi kerangka analisis faktor kekuatan <i>Porter's Five Forces</i>	16
5	Ilustrasi penilaian bobot faktor strategis internal dan eksternal	17
6	Kerangka matriks EFE	17
7	Kerangka matriks IFE	18
8	Matriks SWOT	20
9	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	21
10	Hasil analisis variabel persaingan industri sejenis	23
11	Hasil analisis variabel ancaman pendatang baru	24
12	Hasil analisis variabel ancaman produk substitusi	26
13	Hasil analisis variabel daya tawar pemasok	27
14	Hasil analisis variabel daya tawar pembeli	28
15	Hasil analisis <i>Porter Five Forces</i>	29
16	Matriks EFE Hakkan.id	34
17	Matriks IFE Hakkan.id	36
18	Alternatif strategi matriks SWOT	39
19	Hasil QSPM Hakkan.id	43
20	<i>Roadmap key activities</i>	45

DAFTAR GAMBAR

1	Omzet Hakkan.id November 2022 hingga November 2024	2
2	Proses manajemen strategi	5
3	Kerangka pemikiran	12
4	Matriks Internal dan Eksternal (IE)	19
5	Hakkan.id	22
6	Instagram Hakkan.id	30
7	Kegiatan <i>bazaar</i>	32
8	Matriks IE Hakkan.id	38

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner identifikasi internal dan eksternal perusahaan	55
2	Kuesioner <i>porter's five forces</i>	60
3	Kuesioner IFE dan EFE	62
4	Kuesioner QSPM	66