

Analisis dalam Penentuan Strategi Usaha Kafe Coffee Legend Kota Bandar Lampung

Riswan¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

Supriyadi²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

Andrian Anwar L Nata³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Alifa Pringsewu, Indonesia

JOURNAL OF
INTERDISCIPLINARY
SCIENCE AND EDUCATION

©The Author(s) 2024

Corresponding Author: Riswan

E-mail : riswan@alifa.ac.id

Abstract:

This research aims to determine a suitable strategy for the Coffee Legend Cafe business in Bnadar City, Lampung. The research uses qualitative research with observation and documentation techniques. The data analysis tool in this research is SWOT analysis (SWOT (Strengths Weaknesses, Opportunities and Threats). SWOT analysis is an analysis technique for measuring the strengths, weaknesses, opportunities and threats of a company. By creating an analysis table, it is then measured through the SWOT quadrants in the Cartesian diagram. The results of this SWOT analysis research were analyzed using the Internal Strategic Factor Analysis Summary or IFAS and the External Strategic Factor Analysis Summary or EFAS. The results of the IFAS and EFAS calculations found points (0.12 and -0.64), on the Cartesian diagram. It is in a Conservation strategy with Strengths and Threats (ST).

Keywords: SWOT Analysis; Strategic Management; Cafe Business.

Pendahuluan

Bisnis Kafe adalah salah satu bisnis yang saat ini sedang digemari oleh para pengusaha muda. Bisnis kafe mempunyai keuntungan sangat menjanjikan. Dengan sasaran generasi muda, generasi digital atau generasi Z, merupakan target yang tidak sulit untuk didapatkan, didukung dengan mudahnya informasi berkembang melalui media sosial, sebuah kafe dapat mempromosikan produk-produknya tepat sasaran dan mengiklankan kondisi positif lingkungan, sarana dan prasarana kafe dengan suguhan yang menarik. Namun beberapa bisnis kafe di Indonesia tidak bertahan lama, hal tersebut dikarenakan ketidakmampuan dalam menjalankan manajemen kafanya. Oleh sebab itu, manajemen strategis harus sejalan dengan semangat pengelola kafe.

Pertumbuhan bisnis kafe, resto dan rumah makan di Lampung sangat signifikan. Populasi kafe, resto dan rumah makan tertinggi berada di kota Bandar Lampung dan Kota Metro. Dikutip dari bandarlampungkota.bps.go.id (2023), jumlah keseluruhan kafe, resto dan rumah makan di

Kota Bandar Lampung mencapai 1.052 yang tersebar hampir diseluruh wilayah di Kota Bandar Lampung. 5 wilayah terbesar penyebaran kafe, resto dan rumah makan berada di Enggal dengan jumlah 157, Kedamaian berjumlah 102, Tanjung Karang Pusat berjumlah 100, Rajabasa berjumlah 88, dan Wayhalim berjumlah 83.

Kondisi yang ini terjadi sebagai dampak dari perubahan lingkungan eksternal (perilaku konsumen, pesaing, inovasi dan teknologi), oleh karena itu semua entitas atau pihak-pihak yang melakukan kegiatan ekonomi harus mampu mengikuti perubahan tersebut. Agar semua organisasi dan pelaku ekonomi dapat menjalankan semua aktifitas dan dapat mencapai tujuannya, maka diperlukan suatu strategi bisnis yang tepat dan ideal untuk memberikan kekuatan dan kesenambungan organisasi dimasa yang akan datang (Putra et al. 2020). Strategi pemasaran merupakan suatu tujuan dan sasaran pemasaran, kebijakan yang digabungkan menjadi satu rencana yang komprehensif (Irmayani, 2020).

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan dan sebagainya (Rangkuti, 2014). Putra et al (2020), Kegiatan Perumusan strategi meliputi pengembangan misi bisnis, mengenali peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk dilaksanakan.

Suatu usaha dapat melihat posisi bisnis yang dijalankan dengan menggunakan analisis SWOT (Adrinoviarini, 2022). Menurut Rachmat (2014), analisis SWOT adalah alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin akan dihadapi oleh organisasi. Analisis ini didasarkan agar dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), yang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Kelebihan analisis SWOT dalam penentuan strategi pemasaran yaitu dapat digunakan sebagai alat yang efektif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam strategi pemasaran karena analisis tersebut dapat memberikan fakta dan kondisi yang terjadi pada suatu perusahaan dan perusahaan kompetitor (Siagian, 2014).

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti melakukan penelitian dengan memanfaatkan analisis SWOT yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dan mengambil judul penelitian Analisis Dalam Penentuan Strategi Usaha Kafe Coffee Legend Kota Bandar Lampung.

Metode

Jenis penelitian

Penelitian menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2010), Metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang masalah dalam penelitiannya masih bersifat sementara, tentatif, dan akan berkembang atau berganti setelah peneliti berada di dalam lapangan (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian kualitatif, akan terjadi tiga kemungkinan terhadap masalah yang dibawa peneliti dalam penelitian. Yang pertama masalah yang dibawa oleh peneliti tetap, yang kedua, masalah yang dibawa peneliti berkembang dan yang ketiga masalah yang dibawa peneliti ke lapangan berubah total.

Teknik pengumpulan data

Menurut Sugiyono (2010), Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Secara umum ada 4 cara teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi atau gabungan ketiga teknik tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Di antaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2010).

Teknik analisa data

Menurut Sugiyono (2010), dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (Trianggulasi), dan dilakukan secara terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif, sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada polanya yang jelas.

Alat analisis data pada penelitian ini adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). Analisis SWOT merupakan teknik analisis untuk mengukur kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada suatu perusahaan. Dengan membuat tabel analisa, kemudian diukur melalui kuadran SWOT, setelahnya baru didapat kesimpulan berada di kuadran mana strategi yang harus dilakukan pada perusahaan tersebut. Secara garis besar kuadran SWOT terdiri atas 4 kuadran

Hasil dan Diskusi

Hasil Penelitian

Pada penelitian yang berjudul Analisis Strategi Penentuan Lokasi Cafe Kopi Legend Kota Bandar Lampung, akan dilakukan menggunakan analisis SWOT dengan melihat aspek internal yakni Kekuatan dan Kelemahan (*Strengths dan Weaknesses*) dan aspek eksternal yaitu Peluang dan Ancaman (*Opportunities, dan Threats*). Analisis SWOT dijelaskan dalam bentuk IFAS dan EFAS, sebagai berikut:

Tabel 1. *Internal Strategic Factor Analysis Summary*

No	IFAS	Nilai			
		Skor	Bobot	Total	
Kekuatan					
1	Lokasi strategis, berada di dekat dengan 5 universitas ternama, kantor dan beberapa pusat perbelanjaan	0.10	4	0.40	
2	Memiliki sarana dan prasarana yang nyaman dan lengkap	0.13	3	0.39	
3	Free Wifi	0.10	4	0.40	
4	Menu kafe terdiri dari makanan ringan sampai yang berat	0.16	2	0.32	
5	Live music akhir pekan	0.17	2	0.24	

6	Alat pembayaran mudah (<i>cash</i> , digital dan kartu kredit)	0.20	3	0.60
7	Memiliki lahan parkir yang luas	0.14	1	0.28
Total		1		2.63
Kelemahan				
1	Mayoritas pelanggan adalah mahasiswa, maka kondisi pengunjung pada saat kuliah aktif	0.26	2	0.52
2	Jam operasional kafe tidak 24 jam	0.25	3	0.75
3	Kurangnya SDM untuk tenaga pemasaran	0.25	4	1.00
4	Bisnis kafe sedang menjamur sehingga banyak saingan	0.24	1	0.24
Total		1		2,51

Tabel 2. *External Strategic Factor Analysis Summary*

No	EFAS	Nilai		
		Skor	Bobot	Total
Peluang				
1	Peningkatan Pemasaran via media sosial	0.15	2	0.30
2	Distributor bahan makan mudah didapatkan	0.22	3	0.66
3	Bekerjasama dengan vendor atau EO untuk acara-acara besar (Ulang tahun, wedding, etc)	0.15	3	0.45
4	Mayoritas pengunjung adalah mahasiswa yang memiliki hobi nongkrong	0.15	1	0.15
5	memanfaatkan dengan aplikasi driver ojek <i>online</i> (gofood, grabfood etc)	0.14	4	0.26
6	<i>Drive Thru</i>	0.19	4	0.76
Total		1		2,58
Ancaman				
1	Saingan kafe di daerah sekitar	0.12	2	0.24
2	Saingan harga menu dengan resto lain	0.18	3	0.54
3	Penjualan via <i>online</i> dari resto lain dengan beberapa even, diskon dan <i>voucher</i>	0.22	4	0.88
4	Munculnya resto baru di daerah sekitar (mie gacoan, dll)	0.17	2	0.24
5	Pengunjung mayoritas mahasiswa datang ketika di tanggal muda	0.18	4	0.72
6	Promosi pesaing di <i>platform</i> media sosial lebih menarik	0.15	4	0.60
Total		1		3,22

Sumber: Hasil Wawancara dan Observasi (2023)

Analisis data

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan wawancara dan observasi yang tersaji pada Tabel 1. *Internal Strategic Factor Analysis Summary* (IFAS) dan Tabel 2. *External Strategic Factor Analysis Summary* (EFAS), maka dapat dianalisis sebagai berikut:

Perhitungan skor dilakukan dengan cara memberikan pembobotan dengan nilai 1-4. Kemudian diolah menggunakan diagram kartesius.

SW (IFAS) = Total Kekuatan – Total Kelemahan

$$2,63 - 2,51 = 0,12$$

OT (EFAS) = Total Peluang – Total Ancaman

$$2,58 - 3,22 = -0,64$$

Dari perhitungan diatas ditemukan titik-titik (0,12 dan -0,64), kemudian titik tersebut dimasukkan ke diagram kartesius seperti dibawah ini:



Gambar 1. Diagram Cartesius Analisis SWOT

Titik tersebut berada di garis Kekuatan dan Ancaman (0,12 dan -0,64), sehingga strategi yang cocok untuk dilakukan di Kafe Coffee Legend Bandar Lampung adalah strategi Diversifikasi dengan *Strengths* dan *Threats* (ST).

Pembahasan

Beberapa perencanaan dalam membuat strategi WT (*Weaknesses* dan *Threats*) adalah sebagai berikut:

1) Segi *Weaknesses* atau Kekuatan

- a) Lokasi strategis, berada di dekat dengan 5 universitas ternama, kantor dan beberapa pusat perbelanjaan.

Kafe Coffee Legend berlokasi di pusat kota Bandar Lampung, yang meskipun bukan berada di jalan utama, namun kawasan tersebut adalah kawasan ramai. Bertetangga dengan Universitas Teknokrat Indonesia, Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung, Gentiaras dan terjangkau dengan Dharmajaya, Universitas Bandar Lampung, Umitra, dan Universitas Muhammadiyah Lampung. Selain itu lokasi tersebut juga dekat dengan beberapa perkantoran, pusat perbelanjaan seperti Indogrosir. Kawasan padat tersebut artinya banyak pula kos-kosan atau kontrakan bagi mahasiswa dan karyawan, sehingga Kafe tersebut menjadi salah satu tempat yang dipilih oleh mahasiswa, karyawan bahkan penduduk setempat untuk sekedar nongkrong ngopi atau bahkan makan berat.

- b) Memiliki sarana dan prasarana yang nyaman dan lengkap

Kafe Coffee Legend Bandar Lampung, memiliki beberapa sarana andalan, antara lain : Mushola dan tempat wudhu, toilet yang bersih dan wangi, ruangan dan suasana kafe bertema *vintage* yang sesuai dengan konsep dan selera kekinian. *Full music* dan *smart TV*. Semua sarana dan prasarana tersebut gratis. Kafe Coffee Legend juga mengedepankan sikap ramah dan *friendly* bagi karyawan untuk pelanggan kafe tersebut. Makanan dengan rasa enak dan memiliki standar kesehatan yang baik, disertai harga yang dapat dijangkau oleh mahasiswa khususnya. Di Kafe Coffee Legend juga menyediakan CCTV 24 jam sebagai bentuk keamanan pengunjung.

c) *Free Wifi*

Kafe Coffee Legend memberikan wifi gratis untuk dinikmati oleh seluruh pelanggan tanpa batasan waktu dan kuota. Wifi menjadi salah satu penunjang dan daya tarik mahasiswa dalam memilih kafe. Dengan *free wifi* mereka dapat melakukan dan menyelesaikan tugas kuliah. Kafe Coffee Legend juga menyediakan printer dengan harga yang sangat ekonomis untuk setiap lembarnya.

d) Menu kafe terdiri dari makanan ringan sampai yang berat

Menu utama dan andalan Kafe Coffee Legend adalah minuman Kopi. Berdampingan dengan kopi, mereka menyediakan beberapa makanan ringan dan juga makanan berat seperti nasi dan kentang goreng. Hal tersebut bertujuan untuk menyesuaikan selera dan kantong pengunjung. Tidak semuanya pengunjung hanya ingin nongkrong, ada kalanya beberapa pengunjung memang memiliki niat untuk makan berat. Sehingga hal tersebut dapat menarik sekelompok pelanggan dengan berbagai tujuan untuk datang ke Kafe Coffee Legend Bandar Lampung.

e) Alat pembayaran mudah (*cash*, digital dan kartu kredit)

Kemudahan pembayaran akan menjadi daya tarik sendiri bagi pengunjung. Kafe Coffee Legend, selain melakukan pembayaran tunai, mereka juga menyediakan sistem pembayaran digital. Sistem pembayaran digital menawarkan kemudahan dalam bertransaksi. Kemudahan tersebut antara lain: tidak perlu menyiapkan kembali, pembayaran lebih cepat serta mengurangi kejadian bahaya uang palsu dan lainnya. Pembayaran digital yang saat ini sedang terkenal adalah dengan menggunakan QRIS. QRIS adalah uang digital yang bekerja sama dengan beberapa lembaga keuangan, bank dan banyak *merchant*, bahkan *platform paylater*.

f) Memiliki lahan parkir yang luas

Lahan parkir yang luas adalah salah satu hal yang paling penting. Parkir yang mudah dan *free* menjadi daya tarik dalam mengambil keputusan dalam melakukan pembelian di sebuah kafe. Lahan parkir yang luas akan menampung banyak kendaraan pengunjung. Hal tersebut juga menjadi strategi pengembangan kafe jika diadakan *event* tertentu yang membutuhkan lahan yang luas.

2) Segi *Threats* atau Ancaman

a) Saingan kafe di daerah sekitar

Di Indonesia ini, khususnya di Bandar Lampung, bisnis kafe sangat menjamur, namun hanya beberapa kafe yang mampu bertahan ditengah persaingan tersebut. Untuk tetap mempertahankan kualitas kafe dan loyalitas pelanggan, pemilik kafe harus sering *uptodate* untuk mencari informasi konsep kafe yang sedang trend, kemudian melakukan kontrol harian serta melakukan evaluasi setiap bulan.

b) Saingan harga menu dengan resto lain

Harga menjadi faktor utama penentu minat pelanggan datang ke kafe. Kafe harus dapat bersaing harga dengan kafe bahkan resto lain. Harga perlu disesuaikan dengan kualitas produk yang ditawarkan dan kantor mahasiswa karena target utama kafe tersebut adalah mahasiswa. Kafe juga perlu menyajikan menu dari jenis makanan yang ekonomis dan murah hingga menu eksklusif dan harga jauh lebih mahal. Dengan berbagai menu dengan pilihan harga yang banyak maka pelanggan akan memilih sendiri mana menu yang pas untuk mereka.

c) Penjualan via *online* dari resto lain dengan beberapa *event*, diskon dan *voucher*

Biasanya beberapa resto mengadakan *event* dihari-hari special, misanya hari raya, hari kemerdekaan, valentine, spesial hari ultah kafe dan ultah pengunjung. Hal tersebut dinilai ampuh dalam menarik minat beli konsumen. Kafe Coffee Legend juga baiknya turut serta dalam memberikan yang sama dengan kafe dan resto yang lainnya. Tidak hanya secara pembelian *offline* namun juga *online*. Karena sebagian masyarakat saat ini lebih sering pembelian via *online*.

d) Munculnya resto baru di daerah sekitar (mie gacoan, dll)

Persaingan kafe dan resto bukan hanya muncul dari produk daerah saja, namun datang juga dari resto dan kafe bertaraf nasional, seperti Janji Jiwa dan resto viral Mie Gacoan di daerah sekitar lingkungan Kafe Coffee Legend. Hal tersebut seharusnya menjadi suatu semangat dan tantangan untuk kafe agar mampu menghasilkan produk-produk baru yang memiliki varian yang saat ini sedang trend dan disukai masyarakat.

e) Pengunjung mayoritas mahasiswa datang ketika di tanggal muda

Mahasiswa tentunya mengandalkan kiriman uang saku dari orang tuanya. Mereka akan lebih royal setelah mendapatkan uang saku, ada cenderung irit di tanggal tua. Manajemen kafe perlu memberikan semacam diskon atau promo-promo di tanggal tua, agar menarik mahasiswa untuk menjadi pelanggan tetap dan loyal. Promo tersebut bisa buy 1 get 1 atau yang lainnya.

f) Promosi pesaing di *platform* media sosial lebih menarik

Digital marketing atau *digital advertising* adalah pilihan yang tepat bagi usaha Kafe dan resto. Dengan *trend* tersebut Kafe bisa mempromosikan kafanya melalui media sosial sendiri atau bahkan dapat bekerja sama dengan beberapa *content creator* untuk mempromosikan kafe tersebut. Kemudahan tersebut Tentunya juga dibarengi dengan biaya yang cukup ekonomis dan terjangkau, sedangkan jangkauan hasilnya bisa ke seluruh dunia.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa analisis SWOT dilakukan dengan menggunakan alat *Internal Strategic Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Strategic Factor Analysis Summary* (EFAS). Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan EFAS, ditemukan titik koordinat (0,12 dan -0,64) yang menunjukkan bahwa posisi strategi berada pada kuadran diversifikasi dengan pendekatan *Strengths* dan *Threats* (ST). Strategi ST yang dapat diterapkan pada Kafe Coffee Legend mencakup beberapa kekuatan (*Strengths*) seperti lokasi yang strategis karena berada dekat dengan lima universitas ternama, kantor, dan pusat perbelanjaan, fasilitas yang lengkap dan nyaman, akses WiFi gratis, pilihan menu yang beragam dari makanan ringan hingga berat, kemudahan dalam metode pembayaran baik tunai, digital, maupun kartu kredit, serta tersedianya lahan parkir yang luas. Di sisi lain, ancaman (*Threats*) yang dihadapi meliputi persaingan dari kafe lain di sekitar lokasi, kompetisi harga dengan restoran lain, penjualan daring oleh restoran pesaing dengan berbagai promosi seperti diskon dan *voucher*, kemunculan restoran baru di sekitar lokasi (seperti Mie Gacoan), perilaku konsumen yang cenderung ramai di awal bulan, serta promosi yang lebih menarik dari pesaing di media sosial.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya hanya berfokus pada penentuan strategi usaha kafe tanpa mempertimbangkan faktor lain seperti loyalitas pelanggan atau faktor pendanaan. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan analisis SWOT sebagai alat utama dalam merumuskan strategi.

Saran

Bagi Kafe Coffee Legend, pemilihan lokasi usaha sudah sangat strategis karena berada di lingkungan yang didominasi oleh mahasiswa, sehingga target pasar sudah sesuai. Namun demikian, perlu dilakukan penguatan dalam strategi pemasaran relasional melalui media sosial, mengingat tingginya tingkat persaingan di wilayah tersebut. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar analisis SWOT juga diterapkan untuk meneliti loyalitas pelanggan, khususnya dalam konteks wisata halal di Lampung.

Daftar Pustaka

- Andhika Putra, R., Bayu Putra, R. ., & Fitri, H. . (2020). Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Bisnis Kafe 165 Universitas Putra Indonesia YPTK Padang. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol 1 No 5.
- Adrinoviarini , A.V., Widyaningtyas, S. & Nanda, R.F., & Hariyadi, S. (2022). Strategi Pemasaran Coffeeshop Boy's Selama Pandemi Covid-19. *JSEA* Vol 11 No 1.
- Irmayani. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Buku Gramedia Kota Mataram. Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Laksono, A., Azhad, M.N. & Reskiputri, T.D.(2023). Penentuan Strategi Pemasaran pada Cafe Herda Cake Puger Menggunakan Analisis SWOT. *BUDGETING* Vol 5 No 1.
- Ramdhani, A.M. dan Andriana, A,N. (2023). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Biru Kersik dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Menggunakan Analis SWOT. *MSEJ* Vol 4 No 5.
- Rangkuti, F. (2012). Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus: Gramedia Pustaka Utama
- Siagian, Sodang P. (2014). Manajemen sumber daya manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Web:
- Dinas Pariwisata kota Bandar Lampung tahun 2022
- www.bps.go.id
- [Strategi Digital Tourism dalam Menggaet Wisatawan \(kemenparekraf.go.id\).](http://Strategi Digital Tourism dalam Menggaet Wisatawan (kemenparekraf.go.id).)