

Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing Kopi, TA

by Lpmi UPIYPTK

Submission date: 14-Nov-2023 04:32PM (UTC+0700)

Submission ID: 2227768845

File name: nalisis_Swot_Dalam_Meningkatkan_Daya_Saing_Kopi_Kenangan,_TA.pdf (133.01K)

Word count: 1625

Character count: 10124



ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING KOPI KENANGAN

Atifah Sakinah¹, Bagus Juwagianoro², Diana Elfara Sari³, Dani Wilhar⁴, **Ramdani Bayu Putra⁵**

^{1,2,3,3,4,5} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

e-mail: ¹atifahsakinah10@gmail.com, ²bagusjuwagianoro@gmail.com, ³dianaelfarasari@gmail.com, ⁴dani@gmail.com, ⁵ramdhani_bayu@upiypk.ac.id

Abstrak

¹⁵Artikel ini membahas tentang analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing produk kopi Kenangan. Kopi Kenangan adalah merek kopi yang terkenal dan populer di ¹¹Indonesia, namun dengan adanya persaingan yang semakin ketat di industri kopi, diperlukan strategi yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Analisis SWOT digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh kopi Kenangan. Kekuatan perusahaan meliputi faktor-faktor seperti kualitas kopi yang baik, jaringan distribusi yang luas, dan citra merek yang kuat. Kelemahan mungkin termasuk biaya produksi yang tinggi atau kurangnya inovasi dalam produk. Peluang dapat ditemukan dalam tren konsumsi kopi yang terus meningkat, ekspansi ke pasar internasional, atau pengembangan produk baru. Ancaman dapat berasal dari pesaing yang kuat, perubahan regulasi, atau fluktuasi harga bahan baku

¹⁴**Kata kunci:** Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman

Abstract

⁹This article discusses SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) that can be used to increase the competitiveness of Kenangan coffee products. Kopi Kenangan is a well-known and popular coffee brand in Indonesia, but with increasingly fierce competition in the coffee industry, the right strategy is needed to maintain and increase market share. SWOT analysis is used as a tool to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by Kopi Kenangan. The company's strengths include factors such as good coffee quality, extensive distribution network, and strong brand image. Weaknesses may include high production costs or a lack of innovation in products. Opportunities can be found in the trend of increasing coffee consumption, expanding into international markets, or developing new products. Threats can come from strong competitors, regulatory changes, or reductions in raw material prices.

Keywords: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

PENDAHULUAN

Kenangan Group adalah perusahaan kopi yang berbasis di Indonesia. Didirikan pada tahun 2010 oleh Edward Tirtanata dan Hendrick Haliyanto, perusahaan ini memiliki visi untuk menciptakan momen kebahagiaan melalui pengalaman menikmati kopi yang unik dan berkualitas tinggi. Kenangan Group dikenal dengan merek dagang "Kenangan" yang telah menjadi salah satu merek kopi terkemuka di Indonesia. Mereka menawarkan berbagai macam produk kopi, mulai dari



kopi panas, kopi dingin, hingga minuman kopi kemasan siap minum. Kenangan juga menghadirkan variasi rasa dan topping untuk memenuhi beragam preferensi pelanggan. Perusahaan ini memiliki misi untuk memberikan pengalaman konsumen yang tak terlupakan melalui inovasi, kualitas, dan pelayanan yang baik. Kenangan Group fokus pada penyajian kopi yang lezat dan berkualitas tinggi dengan menggunakan biji kopi pilihan yang dipanggang dengan cermat.

Kopi Kenangan adalah sebuah merek minuman kopi yang berasal dari Indonesia. Didirikan pada tahun 2017 oleh Edward Tirtanata, seorang pengusaha muda asal Indonesia, Kopi Kenangan telah tumbuh menjadi salah satu merek minuman kopi terkemuka di Indonesia dalam waktu yang relatif singkat. Merek ini terkenal karena menyajikan kopi berkualitas tinggi dengan citarasa yang lezat, sementara juga memberikan pengalaman konsumen yang nyaman dan inovatif.

Pada awalnya, Edward Tirtanata mendirikan Kopi Kenangan dengan visi untuk menyediakan kopi yang lezat dan terjangkau bagi masyarakat Indonesia. Ia ingin menciptakan minuman kopi yang memadukan cita rasa tradisional Indonesia dengan gaya hidup perkotaan yang modern. Dengan memanfaatkan teknologi dan proses produksi yang efisien, Kopi Kenangan berhasil menawarkan kopi yang berkualitas tinggi namun tetap terjangkau bagi banyak orang.

METODE

Berdasarkan penelitian ini Kopi Kenangan lebih bersifat subjektif dan bergantung pada preferensi pribadi. Sementara beberapa orang mungkin merasa bahwa aroma kopi membantu mereka mengingat kembali informasi dengan lebih baik, hal ini mungkin tidak berlaku untuk semua orang. Setiap orang memiliki cara yang berbeda dalam

mengingat informasi, jadi penting untuk menemukan metode yang paling efektif bagi Anda secara pribadi. strategi yang digunakan untuk mengingat kembali suatu informasi atau pengalaman dengan bantuan kopi atau aroma kopi. Meskipun tidak ada metode yang secara ilmiah terbukti dapat meningkatkan kemampuan ingatan secara signifikan, beberapa orang percaya bahwa aroma kopi dapat merangsang ingatan dan membantu dalam mengingat kembali detail atau momen tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kopi Kenangan telah mencapai populasi yang signifikan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Mereka telah membuka banyak gerai di berbagai kota besar di seluruh Indonesia, termasuk Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Medan. Kesuksesan mereka dapat dilihat dari antusiasme konsumen yang tinggi dan antrian yang panjang di gerai-gerai Kopi Kenangan.

Salah satu faktor penting yang menyebabkan popularitas Kopi Kenangan adalah inovasi mereka dalam menciptakan cita rasa unik. Mereka menawarkan berbagai varian kopi dengan campuran bahan-bahan khusus, seperti gula aren, susu kental manis, dan cream cheese. Ini memberikan pengalaman yang berbeda dan menarik bagi para pecinta kopi. Selain itu, Kopi Kenangan juga memiliki strategi pemasaran yang kuat. Mereka seringkali berkolaborasi dengan selebriti atau influencer terkenal untuk mempromosikan produk mereka. Hal ini membantu mereka memperluas jangkauan pasar dan menarik perhatian khalayak yang lebih luas.

Dengan pembahasannya Kehadiran Kopi Kenangan telah memberikan dampak yang signifikan bagi industri kopi di Indonesia. Mereka telah mengubah tren konsumsi kopi dengan



memperkenalkan inovasi-inovasi baru dan menghidupkan kembali minuman tradisional seperti es kopi susu.

a. STRENGTH (kekuatan)

1. Kualitas kopi yang digunakan nomor satu
2. Kerap mengadakan promo untuk menarik minat para pembeli
3. Terdapat berbagai pilihan rasa yang unik
4. Terdapat beberapa cabang yang strategis
5. Menyediakan pesan antar melalui layanan objek daring
6. Kedai kopi dibuat dengan konsep trendi dan kekinian
7. Rasa kopi yang unik dan kekinian
8. Tempat kopi yang nyaman dan dilengkapi

b. WEAKNESS (kelemahan)

1. Terlalu banyak varian rasa
2. Efek kesehatan mengkonsumsi gula
3. Mesin kopi bisa rusak
4. Aplikasi harus sering di update
5. Pesaing dengan tema kopi yang sama
6. Efek meminum kopi memuncu asam lambung
7. Harganya terlalu mahal
8. Tidak ada jaringan wifi di tempat kedai kopi

c. OPPORTUNITY (peluang)

1. Menjual produk lain
2. Sertifikat halal
3. Bisa mengembangkan usaha seluruh Indonesia
4. Relasi yang baik dengan konsumen
5. Ekspansi usaha yang mudah dijangkau
6. Permintaan pasar yang terus ada
7. Masyarakat Indo yang cukup konsumtif
8. Perkembangan teknologi dan informasi yang membantu menyebarkan serta

d. THREATS (Ancaman)

1. Ancaman imitasi produk dari pesaing
2. Menjamurnya kedai kopi di mall
3. Penawaran harga kopi lain lebih murah
4. Varian rasa lebih menarik tapi memikirkan kualitas
5. Kedai kopi pesaing yang berdekatan
6. Munculnya studi kesehatan dampak gulabagi kesehatan
7. Jarak antara brand yang sama berdekatan
8. Analisis situasi (brand kompetitor yaitu kopi janji jiwa)

Salah satu hal yang menarik yaitu cara Kopi Kenangan berhasil menghadirkan kopi sebagai gaya hidup yang modis dan keren. Mereka tidak hanya menjual minuman kopi, tetapi juga menyajikan pengalaman yang menyenangkan dan instagramable bagi konsumen. Desain interior gerai mereka yang modern dan penampilan kemasan yang menarik telah menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelanggan.



Berikut adalah latar belakang analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing pada Kopi Kenangan .berikut analisis swot :

10

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan, maka peneliti mengambil simpulan bahwa KOPI KENANGAN sudah melakukan strategi pemasaran dalam memasarkan produk nya dengan baik, tetapi ada beberapa yang belum tepat sasaran yang dituju. Analisis swot kopi kenangan antara lain STRENGTH (kekuatan),Kualitas kopi yang digunakan nomor satu Kerap mengadakan promo untuk menarik minat para pembeli. WEAKNESS(kelemahan)Terlalu banyak varian dan rasa efek kesehatan mengkonsumsi gula, OPPORTUNITY (peluang) Menjual produk lain dan Sertifikat halal, THREATS (Ancaman)Ancaman imitasi produk dari pesaing dan Menjamurnya kedai kopi di mall.

SARAN

7

Adapun yang menjadi saran penulis adalah sebagai berikut:

1. Usaha kerupuk azizah harus selalu mempertahankan rasa khas kerupuk bawang agar dapat melestarikan makanan tradisional yang mulai terlupakan.
2. Usaha kerupuk azizah baiknya membuat inovasi kemasan lebih menarik lagi agar lebih diminati masyarakat.
3. Usaha kerupuk azizah sebaiknya melakukan promosi secara online agar mudah membangun hubungan relasi dengan pelanggan, supaya komunikasi semakin lancar.
4. Usaha kerupuk azizah sebaiknya meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi seiring dengan meningkatnya kebutuhan usaha produk agar memiliki hasil yang maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada dosen pembimbing bapak Ramdani bayu putra SE.,MM Universitas putra Indonesia , dosen serta kelompok 4 dan mahasiswa yang terlibat dalam pembuatan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andry. 2016. "Analisis Penerapan SWOT Terhadap Pencapaian Target Pembiayaan Bagi Hasil Pada PT. Bank Riau Kepri Kantor Cabang Syariah Pekanbaru". Skripsi.
- Azwar, Saifuddin. 2011. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- David, F. R. (2009). Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep. Jakarta [ID]. Penerbit Salemba Empat.
- Badowi, M. (2016). Matriks Analisis EFE dan IFE. mochamadbadowi.com.
- Fanny, P. S. (1999-2019). PERKEMBANGAN INDUSTRI KERUPUK BAWANG DI KECAMATAN LUBUK KILANGAN KOTA PADANG. padang: <http://scholar.unand.ac.id/id/eprint/66993>.
- Fandy Tjiptono, P. d. (2012). Pemasaran Strategik edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Andi andjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. Semarang: Sukarno Pressindo.
- Feriyanto, Y. (2018). Strategic Planning (IFE, EFE, CPM, SWOT, SPACE, BCG, IE, Grand Strategy dan QSPM). <https://www.caesarvery.com/2018/05/strategic-planning-ife-efe-cpm-swot.html>.



Jurnal ilmiah Multidisiplin Ilmu Nusantara

Vol.1, No. 1 Juli 2023, Hal.33-37

- Nisak, Zuhrotun. 2013. "Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif". Jurnal Ekonomi 4.
- Rangkuti. (2006). Analisis SWOT teknik membedah kasus. jakarta: PT.Gramedia.Kotler dan Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran 2. (edisi 12). Jakarta: Erlangga
- Wibowo, Dimas Hendika; Zainul Arifin dan Sunarti. 2015. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Di Jeng Solo)" Jurnal Administrasi Bisnis 29 (1), 59-66.
- Yusuf, A Muri. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Group

Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing Kopi, TA

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	imadeputrawan.wordpress.com Internet Source	3%
2	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	2%
3	Afifah Khairani, Yovi Bella Andini, Vevi Fedia, Nadya Okta Putri, Norfaizah Norfaizah, Ramdani Bayu Putra. "Penerapan Digital Marketing Dan Influencer Endorsement Saat Pandemi Covid-19 Pada Agen Frozen Food (Studi Kasus UMKM Wins Food Kebab Padang)", Innovative: Journal Of Social Science Research, 2022 Publication	2%
4	repositorio.ufpb.br Internet Source	1%
5	pknstan.ac.id Internet Source	1%
6	geograf.id Internet Source	1%

repository.usu.ac.id

7	Internet Source	1 %
8	anakkota.com Internet Source	1 %
9	journals.khnu.km.ua Internet Source	1 %
10	repo.unr.ac.id Internet Source	1 %
11	www.gramediashop.com Internet Source	1 %
12	eprints.ums.ac.id Internet Source	1 %
13	muhginanjar.blogspot.com Internet Source	1 %
14	repository.unmuhjember.ac.id Internet Source	1 %
15	rizalmahdi.wordpress.com Internet Source	1 %
16	www.digilib.ui.ac.id Internet Source	1 %
17	www.docstoc.com Internet Source	1 %
18	Khairunnisaa Khairunnisaa, Della Irachmi, Devi Lestari, Fauziah Rahayu, Vicky F Sanjaya.	<1 %

"Analisis Swot terhadap Strategi Pemasaran Rumah Makan Sambel Alu", Jurnal Bisnis dan Manajemen, 2020

Publication

19

www.journal.iaingorontalo.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On