



Analisis SWOT Strategi Penjualan Usaha “Kopi Kenangan”

Isra Kesuma¹, Anggita Kumala Sari², Annisa Salsabilla³, Suci Indah Sari⁴,
Ramdani Bayu Putra⁵

^{1,2,3,4,5} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
Korespondensi penulis : israkesuma23@gmail.com

ABSTRACT. *Business strategy is an important part that every business person should have. This research attempts to determine the ideal strategy through SWOT analysis. The object of this study is Kenangan Coffee. The research method used is a descriptive method with data collection techniques through Observation, Interview, and Documentation. SWOT Analysis Techniques include IFE, EFE, CPM, TOWS, IE, SPACE, Grand Strategy and QSPM. The findings of IFE Matrics and Matrics show that coffe memories has strong organizational characteristics internally with strategies that can utilize strength factors that can minimize weaknesses and be able to take advantage of opportunities from the situation faced. The analysis of TOWS Matrix, SPACE, IE, Grand Strategy as the final result of this study recommends the right business strategy for Kopi Kenangan is to implement a market development strategy followed by product development through continuous innovation.*

Keywords: *Business Strategy, SWOT Analyst, Innovation, Coffee Memories.*

ABSTRAK. Strategi bisnis adalah bagian penting yang harus dimiliki setiap pelaku usaha. Penelitian ini mencoba untuk menentukan strategi yang ideal melalui analisis SWOT. Objek penelitian ini adalah Kopi Kenangan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui Observasi, Wawancara, Dan Dokumentasi. Teknik Analisis SWOT meliputi IFE, EFE, CPM, TOWS, IE, SPACE, Grand Strategy dan QSPM. Temuan Matrik IFE dan matrik menunjukkan bahwa Kopi Kenangan memiliki ciri organisasi yang kuat secara internal dengan strategi yang dapat memanfaatkan faktor kekuatan yang mampu meminimalkan kelemahan dan mampu memanfaatkan peluang dari acaman yang dihadapi. Hasil analisis Matriks TOWS, SPACE, IE, Grand Strategy sebagai hasil akhir penelitian ini merekomendasi strategi bisnis yang tepat bagi Kopi Kenangan adalah menerapkan strategi pengembangan pasar (Market Development) yang diikuti oleh pengembangan produk (product development) melalui inovasi yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Analisis SWOT, Inovasi, Kopi Kenangan.

PENDAHULUAN

Kopi Kenangan adalah sebuah startup yang membuat kopi segar berkualitas dan terjangkau untuk konsumen Indonesia. Dimulai pada tahun 2017 oleh Edward Tirtanata dan James Prananto, perusahaan ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara kopi jalanan murah dengan kopiretail seperti starbucks. Alasan utama Edward tirtanata membuat kopi kenangan adalah Indonesia merupakan pengeksport kopi terbesar keempat di dunia, tetapi memiliki konsumsi kopi terendah diAsia Tenggara tutur Edward Tirtanata Kopi Kenangan tidak malu-malu memperkenalkan produk lokal dibandingkan dengan latte, moka, atau flat white, minuman terlarisnya adalah 'Es Kopi Kenangan Mantan,' kopi susu Indonesia manis yang menggunakan gula aren. Bahan baku bersumber 100% dari dalam negeri kopi susu dan gula aren organik dari banten. Bahan baku dari kopi kenangan tidaklah murah tetapi edward tirtanata menginginkan kopi yang berkualitas untuk konsumen mereka Outlet pertama terletak di menara Standard Chartered di daerah Setiabudi, Jakarta Selatan, yang dibuka pada pertengahan 2017. Kurang dari dua tahun kemudian, Kopi Kenangan sekarang memiliki lebih dari 60 toko. alaman Instagram perusahaan selalu melacak toko-toko yang akan datang dan baru dibuka, dan juga berinteraksi secara dekat dengan pelanggan. Nama 'Kenangan', yang secara harfiah diterjemahkan sebagai 'memori', menarik pelanggan dengan pilihan-pilihan menu yang disebut dengan sappily.

MASALAH

Masalah yang mungkin terkait dengan "Kopi Kenangan" dapat meliputi: Persaingan pasar, Industri minuman kopi sangat kompetitif, dan "Kopi Kenangan" mungkin menghadapi persaingan dari merek-merek lain yang juga menawarkan minuman kopi yang serupa. Mereka perlu terus mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk membedakan diri mereka dari pesaing dan mempertahankan pangsa pasar mereka.



METODE PENELITIAN

Model penelitian ini adalah penelitian deskriptif / kualitatif yaitu penelitian yang mencoba untuk memecahkan masalah yang terjadi pada kondisi sekarang atau *actual* dengan pendekatan analisis data hubungan sebab akibat. Objek penelitian ini adalah Kopi Kenangan yang berada di Jalan Sutomo No 146 Kubu Marapalam Kota Padang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi kepada pihak pengelola dan pihak-pihak lain yang secara tidak langsung juga memiliki hubungan dengan Kopi Kenangan. Teknik analisis data dalam perumusan strategi bisnis ini menggunakan analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). Tahap 1 yaitu tahap input (*input stage*) disini aka ada Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation-IFE*), Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*External Factor Evaluation-EFE*) dan Matriks Profil Persaingan (*Competitive Profile Matrix-CPM*). Sedangkan Tahap 2 yaitu Tahap Pencocokan (*Matching Stage*) meliputi penilaian Matriks Ancaman Peluang - Kelemahan - Kekuatan (*Threats Opportunities Weakness-StrengthTOWS*), Matriks Evaluasi Tindakan dan Posisi Strategi (*Strategic Position and Action Evaluation-SPACE*), Matriks *Boston Consulting Group* (BCG), Matriks Internal Eksternal (IE) dan Matriks Strategi Besar (*Grand Strategy*). Selanjutnya Tahap 3 adalah merupakan Tahap Keputusan (*Decision Stage*) berkaitan dengan Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matrix-QSPM*).

HASIL PENELITIAN

Tahap pertama dalam analisis ini adalah penentuan bobot untuk masing-masing faktor internal (kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dan faktor eksternal peluang(*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal menggunakan skala signifikan dengan nilai 1 = tidak signifikan, 2 = Sedang, dan 3 = Sangat signifikan. Setelah itu dihitung persentasi dari masing-masing bobot yang ada.

Berikut hasil penilaian masing-masing faktor internal dan eksternal :

NO	FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
Kekuatan (Strength)				
1.	Kopi Kenangan memiliki minat pelanggan yang tinggi dan reputasi yang baik.	0,12	3	0,36
2.	Kopi Kenangan telah memiliki jaringan gerai yang sangat luas, terutama di kota-kota besar Indonesia.	0,11	3	0,33
3.	Kopi Kenangan menawarkan berbagai macam minuman, seperti kopi, cokelat, teh, smoothies, dan minuman lainnya.	0,11	3	0,33
SubTotal		0,34		1,02
Kelemahan(Weakness)				
4.	Bahan baku harga kopi yang dapat berubah-ubah dan bahan baku lainnya bisa terkena musim.	0,09	3	0,27
5.	Persaingan yang sangat ketat dengan merek kopi lainnya.	0,09	2	0,18
SubTotal		0,18		0,45
Total		0,52		1,47

NO	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)				
1.	Peluang untuk memperluas layanan delivery dan online-ordering.	0,13	4	0,52
2.	Kopi Kenangan bisa memperkuat brand mereka dengan menawarkan lebih banyak jenis kopi premium.	0,11	3	0,33
SubTotal		0,24		0,85
Ancaman (Threat)				
3.	Kenaikan harga bahan baku.	0,09	3	0,27
SubTotal		0,09		0,27
Total		0,33		1,12

Tabel Strategi SWOT Dalam Konteks Usaha Kopi Kenangan:

• Strength (Kekuatan):
✓ Kopi Kenangan memiliki minat pelanggan yang tinggi dan reputasi yang baik.
✓ Kopi Kenangan telah memiliki jaringan gerai yang sangat luas, terutama di kota-kota besar Indonesia.
✓ Kopi Kenangan menawarkan berbagai macam minuman, seperti kopi, cokelat, teh, smoothies, dan minuman lainnya.
• Weakness (Kelemahan):
✓ Bahan baku harga kopi yang dapat berubah-ubah dan bahan baku lainnya bisa terkena musim.
✓ Persaingan yang sangat ketat dengan merek kopi lainnya.
• Opportunity (Peluang):
✓ Peluang untuk memperluas layanan delivery dan online-ordering.
✓ Kopi Kenangan bisa memperkuat brand mereka dengan menawarkan lebih banyak jenis kopi premium.
• Threat (Ancaman):
✓ Kenaikan harga bahan baku.

Analisis Matriks SPACE Pada Kopi Kenangan :

A. KEKUATAN KEUANGAN ((Finance Strength / FS) = Y		NILAI
1.	Kopi Kenangan memiliki kekuatan finansial yang kuat karena telah mengumpulkan dana melalui penggalangan modal investasi sebanyak Rp 1,1 triliun dari investor, termasuk Softbank Ventures Asia, AlunAlun Indonesia, dan variasi dana lainnya.	4
Total		4
B. KEKUATAN INDUSTRI ((Industry Strength / IS) = X		
1.	Kopi Kenangan berada di industri kopi yang sangat berkembang di Indonesia. Terdapat banyak pesaing dengan variasi jenis usaha kopi mulai dari usaha kopi kecil-kecilan hingga kompetitor dengan omset yang sama atau bahkan lebih besar.	5
Total		5
C. STABILITAS LINGKUNGAN (Environce Strength / ES) = Y		
1.	Stabilitas pasar kopi cukup tinggi di Indonesia karena kopi merupakan salah satu komoditas yang paling banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia. Hal ini memberikan peluang yang baik bagi Kopi Kenangan untuk terus beroperasi.	5
Total		5
D. KEUNGGULAN KOMPETITIF (Competitiv Advantage / CA) = X		
1.	Kopi Kenangan sudah dikenal masyarakat luas karena beberapa keunggulan, di antaranya rasa dan kualitas kopinya. Kopi Kenangan juga telah mengembangkan inovasi teknologi dalam proses produksinya yang menambah nilai tambah yang signifikan pada produk kopi.	5
Kesimpulan		
Rata-Rata ES		5
Rata-Rata CA		5
Rata-Rata IS		5
Rata-Rata FS		4
Sumbu X (CA+IS) =		10
Sumbu Y (ES+FS) =		9

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal, maka Kopi Kenangan dapat ditempatkan pada kuadran I yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi strategis yang kuat dan dapat mengambil keuntungan dari peluang pasar yang ada. Matriks SPACE juga menunjukkan bahwa Kopi Kenangan berkembang dengan stabil dan lingkungan perusahaan relatif stabil. Oleh karena itu, perusahaan dapat mempertahankan posisi pasar yang kuat dan melanjutkan ekspansi pada segmen pasar yang baru. Dalam matriks SPACE, terdapat empat kuadran yang dapat menentukan strategi yang tepat untuk diterapkan oleh perusahaan, yaitu:

Kuadran I (Agresif): Pada kuadran ini, perusahaan memiliki posisi strategis yang kuat dan dapat memaksimalkan peluang pasar dengan cara memperluas usaha dan meningkatkan pendapatan dengan strategi diferensiasi produk dan inovasi teknologi.

Kuadran II (Konservatif): Pada kuadran ini, perusahaan memiliki posisi strategis yang lemah dan harus melakukan restrukturisasi dengan mengurangi biaya produksi dan meningkatkan efisiensi dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada.

Kuadran III (Defensif): Pada kuadran ini, perusahaan memiliki posisi strategis yang lemah dan perlu melakukan perubahan pada struktur organisasi agar dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan keuntungan. **Kuadran IV (Kompetitif):** Pada kuadran ini, perusahaan memiliki posisi strategis yang stabil namun pasar yang sangat kompetitif. Untuk bertahan pada posisinya, perusahaan perlu meningkatkan efisiensi dan fokus pada

diferensiasi produk dan inovasi teknologi. Berdasarkan analisis Matriks SPACE pada Kopi Kenangan, terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan yaitu: Mempertahankan keunggulan kompetitif kopi yang menjadi ciri khas Kopi Kenangan. Melakukan ekspansi ke segmen pasar baru dengan cara memperluas produk yang lebih bervariasi. Melakukan inovasi pada teknologi produksi untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Meningkatkan promosi produk melalui media sosial dan sponsor event sebagai bentuk diferensiasi dari pesaing. Menjaga stabilitas keuangan dengan tidak menambah utang baru namun mendorong pembiayaan ekuitas baru jika diperlukan. Dalam kesimpulannya, matriks SPACE dapat menjadi alat analisis yang efektif dalam membantu Kopi Kenangan dalam memilih strategi yang tepat dalam menjalani bisnis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis SWOT terhadap Kopi Kenangan, dapat disimpulkan sebagai berikut: Kelebihan (Strengths) Kopi Kenangan memiliki beberapa kelebihan, yaitu memiliki kualitas kopi yang baik, memiliki rasa dan aroma yang khas, dan lokasi yang strategis. Hal ini membuat Kopi Kenangan dapat bersaing di pasar kopi yang sangat kompetitif. Kelemahan (Weaknesses) Kopi Kenangan memiliki beberapa kelemahan, yaitu kurangnya inovasi dalam penyajian kopi, kurangnya variasi menu, dan kurangnya promosi secara online. Hal ini perlu diperbaiki agar Kopi Kenangan dapat mempertahankan pangsa pasarnya. Peluang (Opportunities) Terdapat beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Kopi Kenangan, yaitu meningkatkan promosi secara online, membuka cabang di daerah yang potensial, dan menambah variasi menu. Hal ini dapat membantu Kopi Kenangan meningkatkan jumlah pelanggan dan pendapatan. Ancaman (Threats) Terdapat beberapa ancaman yang dapat mempengaruhi bisnis Kopi Kenangan, yaitu persaingan yang ketat di industri kopi, adanya dampak pandemi Covid-19, dan perubahan kondisi ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen. Hal ini perlu diwaspadai dan diatasi dengan strategi yang tepat agar Kopi Kenangan dapat bertahan dan berkembang. Saran yang dapat diberikan untuk Kopi Kenangan adalah meningkatkan inovasi dalam penyajian kopi, menambah variasi menu, dan memperkuat promosi secara online. Selain itu, Kopi Kenangan juga perlu menghadapi persaingan di industri kopi dengan melakukan riset terhadap produk-produk kopi yang diminati oleh konsumen untuk terus meningkatkan kualitas dan kepuasan pelanggan. Di samping itu, Kopi Kenangan perlu memperhitungkan dampak pandemi Covid-19 dan melakukan adaptasi terhadap keadaan yang ada, misalnya dengan memberikan pelayanan

pengiriman. Dengan mengambil langkah-langkah ini, diharapkan Kopi Kenangan dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat.

UCAPAN TEIMAKASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Karena berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini dengan judul “Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Penjualan Bisnis Kopi Kenangan” Terimakasih juga kepada Kopi Kenangan atas diberikannya kesempatan untuk dapat melakukan penelitian di sana. Dengan selesainya artikel ini, bukanlah menjadi sebuah akhir, melainkan suatu awal yang baru untuk memulai petualangan hidup yang baru. Penulis menyadari betul bahwa ada orang-orang yang berjasa dibalik selesainya artikel ini. Tidak ada persembahan terbaik yang dapat penulis berikan selain rasa ucapan terimakasih kepada pihak yang telah banyak membantu penulis. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada Pak Ramdani Bayu Putra SE,MM selaku dosen pengampu yang telah sabar, meluangkan waktu, merelakan tenaga dan pikiran serta turut memberi perhatian dalam memberikan pendampingan selama proses penulisan artikel ini. Segala kekurangan dan ketidaksempurnaan ini artikel ini penulis sangat mengharapkan masukan, kritikan, dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan artikel ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Produk Kopi Kenangan Di Kota Malang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 12-21.
- Mardiana, R. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 14(2), 104-110.
- Maulida, N. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kopi Kenangan Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 45-52.
- Mustaqim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Kota Cirebon. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 43-51.
- Nugraha, F. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Kopi Kenangan Di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3(2), 89-97.
- Rachmawanti, D. (2018). Analisis Brand Image Produk Kopi Kenangan Sebagai Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 78-87.