

Determinasi Strategi Persaingan Bisnis Dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada Usaha Minuman Kekinian (Studi Kasus Pada Cinderella Cafe)

Eka Safitri Kusuma Wardani
Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Malang
eka.safitri.1804216@students.um.ac.id

Abstrak

Minuman kekinian merupakan inovasi produk dengan membawa peluang usaha yang sangat besar. Kurang lebih terdapat 13 franchise dan 9 kafe yang didirikan disepanjang Jalan Raya Bungah, Kecamatan Bungah, Kabupaten Gresik yang menjual minuman kekinian. Satu peluang usaha yang besar tersebut menciptakan beberapa model bisnis dengan tema yang sama. Maka tidak dapat dipungkiri lagi di sepanjang Jalan Bungah tersebut terjadi persaingan bisnis yang kuat. Termasuk bagi kafe yang berdiri sejak empat tahun yang lalu, yakni Cinderella Cafe. Mengkaji dari fenomena tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi kondisi eksternal dan internal pada kafe Cinderella sebagai dasar menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan bisnis dibidang minuman kekinian. Metode penelitian yang digunakan berupa pendekatan deskriptif kualitatif dengan metodologi studi kasus. Dua jenis data didapat dan diolah sedemikian rupa agar dapat mengumpulkan informasi tentang kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dari Cinderella Cafe. Hasil dari penelitian tersebut didapat empat strategi, yakni dua strategi SO, dua strategi WO, dua strategi ST dan empat strategi WT. Maka setelah pengidentifikasian tersebut disarankan Cinderella Cafe dapat menerapkan dengan benar sesuai dengan keadaan saat ini.

Kata Kunci: Minuman Kekinian, Cinderella Cafe, Analisis SWOT

Abstract

“Kekinian drink” is a product innovation that brings huge business opportunities. There are approximately 13 franchises and 9 cafes that have been established along Jalan Raya Bungah, Bungah District, Gresik Regency that sell “kekinian drink”. One such great business opportunity creates several business models with the same theme. So it is undeniable that along Jalan Bungah, there is strong business competition. Including the cafe that was founded four years ago, namely Cinderella Cafe. Examining the phenomene, this study aims to identify and identify the external and internal conditions at the Cinderella cafe as a basis for determining the right strategy in facing business competition in the contemporary beverage sector. The research method used is a qualitative descriptive approach with cases study methodology. Two types of data were obtained and processed in such a way as to gather information about the strengths, weaknesses, opportunities and threats of Cinderella Cafe. The results of this study obtained four strategies, two SO strategies, two WO strategies, two ST strategies and four WT strategies. So after the identification, it is suggested that Cinderella Cafe be able to apply it correctly in accordance with the current situation.

Keywords: Kekinian Drink, Cinderella Cafe, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

Industri dibidang makanan dan minuman sedang berkembang dengan pesat, baik di dalam negeri maupun diluar negeri (Kurniawan et al, 2020). Setiap industri yang berkembang memiliki peluang tersendiri begitu pula dengan industri dibidang makanan dan minuman. Tulisan dari laporan Food and Beverage (2017) yang bersumber dari internet menyatakan bahwa prospek dan tren bisnis makanan dan minuman tetap terbuka luas karena beberapa alasan, diantaranya adalah permintaan

cenderung naik sehingga menghasilkan pertumbuhan yang positif, urbanisasi, kesadaran gaya hidup sehat, kepedulian terhadap ketahanan pangan, dan yang lainnya. Pada intinya industri, makanan dan minuman akan selalu menjadi usaha yang menjanjikan, belum lagi didukung dengan pertumbuhan nasional, pola demografi dan konsumsi masyarakat (Laporan Food and Beverage, 2017). Namun penting juga untuk memperhatikan tantangan dan kelemahan yang masih tetap ada di industri makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman akan mempunyai prospek bagus setidaknya bergantung pada salah satu alasan yakni tren (Laporan Food and Beverage, 2017). Minuman kekinian merupakan kata yang dipakai pada jenis minuman yang bersifat inovatif dan menjadi populer karena seringnya dikonsumsi oleh anak muda zaman sekarang (Veronica dan Ilmi, 2020). Berasal dari bahan dasar bubuk perasa coklat, coffe dan buah-buahan kemudian diolah sedemikian rupa dengan bahan pendamping biasanya susu lalu disulap dengan teknik pengemasan yang bagus sudah menjadi produk dari minuman kekinian. Janji Jiwa, Boba, Haus?, Thai Tea, Coklat Klasik adalah sejumlah brand dari berbagai negara yang belakangan ini sedang memadati pinggir jalan raya utama. Khususnya di jalan raya Bungah, Kecamatan Bungah, Kabupaten Gresik.

Kecamatan Bungah merupakan satu dari belasan kecamatan yang ada di kabupaten Gresik (<https://statistik.gresikkab.go.id/kecamatan>). Wilayah tersebut merupakan wilayah dengan jalur pantura yang padat dengan tempat publik yang lengkap. Mulai dari sekolah SMA, pasar tradisional legi, rumah sakit Mabarot, beberapa pondok pesantren, dan tempat publik lainnya. Sejumlah industri dari beberapa ukuran dan beberapa sektor pernah dan sedang berkembang di Kecamatan Bungah. Sebanyak 2.685 tergolong industri kecil, 6 industri sedang dan 3 industri yang tergolong besar (Kecamatan Bungah Dalam Angka, 2019). Survei yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa sekitar kurang lebih 13 *franchise* minuman kekinian dan 9 kafe didirikan hanya di sepanjang jalan raya Bungah.

Tabel 1: Daftar Usaha Yang Menjual Minuman Kekinian Di Jalan Raya Bungah

No	Merek Dagang	Bentuk Dagang	Lokasi
1	Cerita Kita	Franchise	Jl. Raya Bungah (dekat pasar tradisional legi)
2	Djampi Desa	Franchise	Jl. Raya Bungah (dekat Desa Bungah)
3	Mojito	Franchise	Jl. Raya Bungah
4	Chinese Boba	Franchise	Jl. Raya Bungah
5	Sel-sel	Franchise	Jl. Raya Bungah (dekat kantor BRI cabang Bungah)
6	Aladdin	Franchise	Jl. Raya Bungah (dekat kantor BRI cabang Bungah)
7	Pandawa 99	Warung Kopi	Jl. Raya Bungah Dukun (dekat dengan Desa Kaliwod)
8	The Kaliwood	Warung Kopi	Jl. Raya Bungah Dukun (dekat dengan Desa Kaliwod)
9	Maem Thai Tea	Franchise	Jl. Raya Bungah Dukun (Sebelah The Kaliwood)
10	Jaket Biru	Warung Kopi	Jl. Raya Bungah Dukun
11	Leter W	Warung Kopi	Jl. Raya Bungah Dukun
12	Mojopahit 99	Warung Kopi	Jl. Raya Kaliwot, Kaliwot, Bungah, Gresik

13	Coffe and Non Coffe	Franchise	Jl. Raya Bungah Dukun (dekat dengan Kaliwot)
14	Zava II	Warung Kopi	Jl. Raya Bungah
15	Arah Langkah	Warung Kopi	Jl. Raya Bungah
16	Baba Black	Warung Kopi	Jl. Raya Bungah No 58
17	Cinderella Cafe	Warung Kopi	Jl. Raya Bungah Dukun No 32
18	De tea	Franchise	Jl. Raya Bungah (dekat dengan Kantor BRI cabang Bungah)
19	Thai Tea	Franchise	Jl. Raya Bungah (dekat dengan Kantor BRI cabang Bungah)
20	Moi	Franchise	Jl. Raya Bungah (dekat dengan Kantor BRI cabang Bungah)
21	Focai Boba	Franchise	Jl. Raya Bungah (dekat SMA Assadah)
22	King Of Ice	Franchise	Jl. Raya Bungah (dekat SMK Mutu)

Sumber data: Survei yang dilakukan oleh peneliti

Dalam radius 1-2 kilometer dimana usaha pesaing berdiri pertanda bahwa memiliki persaingan yang ketat (Sancoko, 2015). Banyaknya area publik seperti sekolah, tempat ibadah, sanggar seni dan bela diri hingga gedung-gedung untuk perjamuan (Sancoko, 2015). Terlihat pada tabel tersebut, bahwasanya letak dari masing-masing usaha minuman kekininan memiliki tempat yang strategis. Hal tersebut bisa dilihat pada tempat publik dari pendirian usaha tersebut. Mau tidak mau disepanjang jalan raya tersebut terjadi persaingan bisnis yang cukup kuat mengingat beberapa usaha minuman kekininan ditempatkan pada tempat yang strategis. Hal tersebut dirasakan oleh Cinderella Cafe. Cinderella Cafe merupakan kafe dengan suasana yang nyaman dan modern. Seluruh tembok terdapat graffiti yang unik sehingga nuansa kekininan melekat pada kafe tersebut. Namun Cinderella Cafe bukan satu-satunya kafe yang memiliki nuansa kekininan. The Kaliwood dan Arah Langkah misalnya, kafe dengan nuansa klasik dan sederhana turut menarik minat pembeli. Belum lagi usaha minuman kekininan yang mempunyai *track* rekor yang bagus dengan cabang yang ada dimana-mana, misalnya saja pada Boba dan Thai Tea turut menyumbang kekhawatiran bagi Cinderella Cafe.

Perlunya sebuah langkah yang baru agar Cinderella Cafe dapat terlepas dari kekhawatiran yang dipunya. Sebenarnya persaingan bisnis tidak hanya terjadi pada usaha minuman kekininan saja. Bisa pada semua sektor, seperti usaha makanan, sektor jasa dan lainnya. Penelitian Kurnawan et al (2020) mengenai persaingan usaha makanan kreatif “Komala”, penelitian Sancoko (2015) mengenai penembangan usaha depot “Time To Eat” Surabaya, penelitian Budiman (2017) pada usaha percetakan, dan penelitian Nourtlette dan Hati (2017) mengenai persaingan bisnis pada hotel Nongsa Point Marina & Resort membuktikan bahwa persaingan bisnis dapat terjadi pada semua sektor usaha. Keempat penelitian terdahulu tersebut menggunakan teknik analisis yang sama yakni analisis SWOT dengan usaha sektor yang berbeda. Alhasil dari penelitian tersebut muncul strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

Penelitian-penelitian tersebut terpusat pada usaha makanan dan jasa yang memang sejak dulu sudah ada. Sedangkan penelitian kali ini membahas mengenai tren minuman kekininan yang muncul beberapa tahun belakangan. Studi terbaru tentang minuman kekininan hanya terpusat pada kandungan gizi (Meinarisa dkk., 2020. Veronica dan Ilmi, 2020) dan faktor ketertarikan minuman kekininan (Pramelani, 2020. Tinambunan dkk., 2020). Maka berdasar pada kesenjangan tersebut peneliti ingin melakukan penelitian dengan tujuan untuk menentukan strategi dengan pendekatan

analisis SWOT pada bisnis minuman kekinian. Dalam hal ini peneliti mengambil Cinderella Cafe sebagai objek penelitian.

KAJIAN PUSTAKA

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan satu seperkian dari proses manajemen strategis (Ege dan Yaşar, 2017). Definisi dari analisis SWOT itu sendiri adalah alat yang penggunaannya digunakan untuk melihat masa depan dari sebuah organisasi ataupun perusahaan (Recreation Tourism Research Institute, 2016). Analisis SWOT (*Strenghts, Weakneses, Opportunities, and Threats*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk mengambil keputusan tentang strategi perusahaan (Budiman, 2017). Pada masa perkembangannya subah instansi, entitas ataupun sebuah organisasi dihadapkan pada beberapa situasi yang dapat berpengaruh baik sebagai stimulus ataupun sebagai ancaman dalam pelaksanaan tujuan yang ingin dicapai (Oreski, 2012). Oleh sebab itu sosok manajer perlu mengidentifikasi dan mengevaluasi hal-hal tersebut yang berkaitan dengan ketercapain tujuan dari organisasi. Dalam tulisan Oreski (2012) menyatakan bahwa jenis pendekatan dan teknik yang dapat digunakan untuk menganalisis kasus strategi dalam proses manajemen strategis ada banyak, salah satunya adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Berikut empat poin yang dikaitkan dengan analisis SWOT (Recreation Tourism Research Institute, 2016) :

1. **S** untuk *Strenghts*, dalam Bahasa Indonesia disebut dengan kekuatan.

Kekuatan dikaitkan dengan karakteristik yang bersifat positif, menyenangkan dan kreatif. Maka kekuatan dari organisasi berarti terdapat sesuatu yang lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan yang lain (Ege dan Yaşar, 2017). Kekuatan juga merupakan faktor internal yang nantinya berguna untuk mencapai tujuan dari organisasi yang bersangkutan (Recreation Tourism Research Institute, 2016).

2. **W** untuk *Weaknesses*, dalam Bahasa Indonesia disebut dengan kelemahan.

Kelemahan tergolong pada faktor internal yang dapat membahayakan organisasi untuk mencapai sebuah tujuan. Bagi sebuah organisasi, mengetahui sebuah kelemahan adalah wajib sama halnya dengan mengetahui sebuah kekuatan. Kelemahan organisasi yang berpotensi menyebabkan organisasi menjadi inefiseiensi dan ktdakefektifan harus segera dicarikan solusi (Ege dan Yaşar, 2017).

3. **O** untuk *Opportunities*, dalam Bahasa Indonesia disebut dengan peluang.

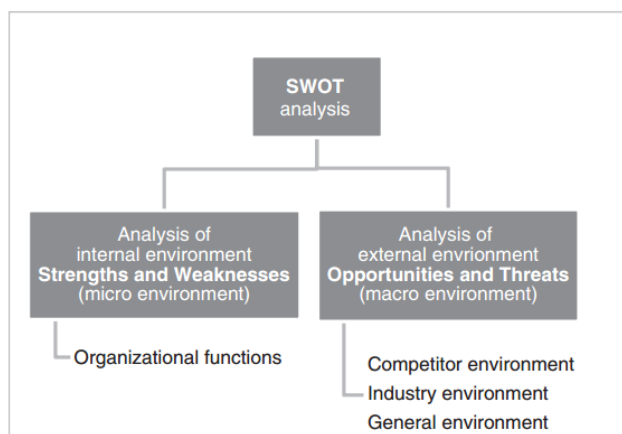
Peluang tergolong pada faktor eksternal yang dapat membantu organisasi mencapai tujuannya. Peluang merupakan keuntungan dan kekuatan pendorong untuk tercapainya suatu tujuan, untuk iitu peluang memilikis sifat positif dan menyenangkan (Ege dan Yaşar, 2017).

4. **T** untuk *Threats*, dalam Bahasa Indonesia disebut dengan ancaman.

Ancaman juga tergolong pada faktor eksternal, namun peran dari anacaman adalah membahayakan pencapaian tujuan organisasi. Ancaman diartikan sebagai kondisi yang membahayakan bagi terwujudnya dari suatu aktivitas. Itulah mengapa ancaman mengacu pada situasi yang tidak mengenakan dan perlu dihindari (Ege dan Yaşar, 2017).

Empat poin tersebut kemudian dikelompokkan kedalam dua dimensi yang berbeda satu sama lain, yakni dimensi internal dan dimensi eksternal, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1. Dalam dimensi internal meliputi faktor organisasi, kekuatan dan kelemahan, sedangkan

dimensi eksternal meliputi faktor lingkungan, peluang dan ancaman (Ege dan Yaşar, 2017). Identifikasi dari masing-masing analisis baik dari analisis internal dan analisis eksternal dapat dibantu dengan template yang terdapat pada gambar 2. Dalam pelaksanaan analisis SWOT mengevaluasi kedua dimensi tersebut. Analisis internal berguna untuk pengidentifikasian atas sumber daya, kemampuan, kompetensi, dan keunggulan yang ada pada organisasi, sedangkan analisis eksternal berguna untuk pengidentifikasian peluang pasar dan ancaman dengan melihat dari sumber daya pesaing, lingkungan industri, dan lingkungan secara umum (Sammut-Bonnici dan Galea, 2014).



Gambar 1. Diagram sederhana analisis SWOT
Sumber gambar : Sammut-Bonnici dan Galea (2014)

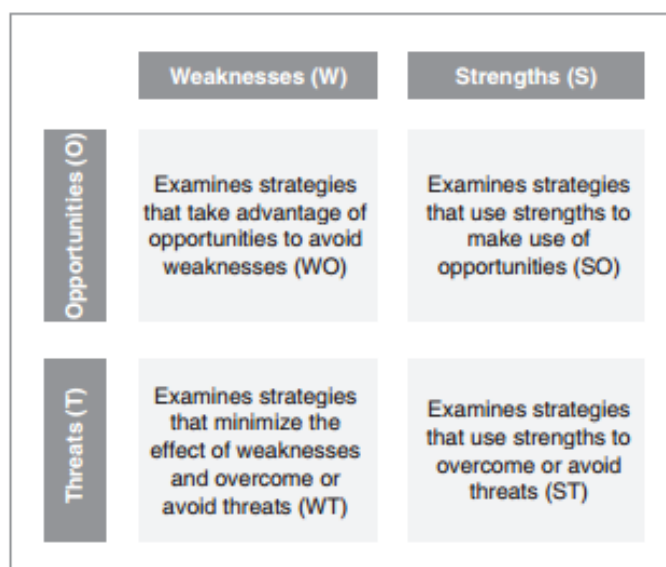
SWOT analysis template Internal Strengths (S) and Weaknesses (W) (micro analysis)			
Internal environment	Strengths	Weaknesses	Strategic action
1. Financial	_____	_____	_____
2. Managerial	_____	_____	_____
3. Infrastructural	_____	_____	_____
4. Suppliers	_____	_____	_____
5. Manufacturing	_____	_____	_____
6. Distribution channels	_____	_____	_____
7. Marketing	_____	_____	_____
8. Brand equity	_____	_____	_____
9. Innovation resources	_____	_____	_____

SWOT analysis template External Opportunities (O) and Threats (T) (macro analysis)			
External environments	Opportunities	Threats	Strategic action
Competitor environment			
Financial	_____	_____	_____
Managerial	_____	_____	_____
Organizational	_____	_____	_____
Suppliers	_____	_____	_____
Manufacturing	_____	_____	_____
Distribution channels	_____	_____	_____
Marketing	_____	_____	_____
Brand equity	_____	_____	_____
Innovation resources	_____	_____	_____
Industry environment			
Intensity of rivalry among competitors	_____	_____	_____
Threat of new entrants	_____	_____	_____
Threat of substitute products	_____	_____	_____
Bargaining power of suppliers	_____	_____	_____
Bargaining power of buyers	_____	_____	_____
General environment			
Political	_____	_____	_____
Economic	_____	_____	_____
Socio-cultural	_____	_____	_____
Technological	_____	_____	_____
Legal	_____	_____	_____
Environmental	_____	_____	_____
Demographic	_____	_____	_____
Ethical	_____	_____	_____
Regulatory	_____	_____	_____

Gambar 2. Template untuk analisis faktor internal dan eksternal
Sumber gambar : Sammut-Bonnici dan Galea (2014)

Selain proses yang disebutkan sebelumnya, pelaksanaan analisis SWOT juga dapat dibantu dengan matriks TOWS. Matriks TOWS berupaya mengembangkan taktik strategi berdasarkan empat posisi yang baru dan berbeda (Sammut, 2014). Kuadran pertama ditempati oleh strategi WO, SO di kuadran kedua, kemudian ST di kuadran ketiga dan yang berada pada kuadran keempat adalah WT. Keempat strategi tersebut tentu memiliki fungsinya tersendiri. Dalam tulisannya Sammut-Bonnici dan Galea (2014) mengidentifikasi peranan dari masing-masing strategi disajikan dalam poin berikut :

1. Strategi WO memiliki peranan dalam hal memaksimalkan peluang yang muncul dari lingkungan luar dan meminimalisir kelemahan yang berasal dari dalam organisasi (internal).
2. Strategi SO memiliki arti situasi yang ideal organisasi, dimana organisasi dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki.
3. Strategi ST memiliki peran menggunakan kekuatan internal sehingga dapat mencegah ancaman dari organisasi sejenis dan lingkungan.
4. Strategi WT merupakan skenario terburuk yang dimiliki organisasi ketika ancaman dan kelemahan datang secara bersamaan.



Gambar 3. Matrik TWOS

Sumber gambar : Sammut-Bonnici dan Galea (2014)

Maka dari sini dapat diidentifikasi tujuan akhir dari analisis SWOT adalah pengembangan dan mengadopsi strategi antara faktor internal dan faktor eksternal yang nantinya menghasilkan hubungan yang mendukung bagi tercapainya tujuan organisasi (Oreski, 2012). Hasil dari analisis tersebut akan dimanfaatkan manajemen untuk pengambilan keputusan. Analisis SWOT memiliki keuntungan sebagai berikut (Ege dan Yaşar, 2017) :

1. Merupakan teknik analisis yang berpandangan umum dan menyajikan secara umum solusi yang diperlukan.
2. Merupakan teknik analisis interaksional yang melakukan evaluasi makro.
3. Dapat membantu manajemen untuk mengidentifikasi peluang dan keuntungan sehingga ancaman dan kelemahan dapat segera di atasi dan diminimalisir.
4. Analisa SWOT membentuk model pemikiran bagi seluruh tingkat manajemen sebagai pendekatan dan teknik analisis.
5. Analisis SWOT sangat serasi dengan beberapa teori dan alat yang berhubungan dengan keputusan strategis lainnya.
6. Analisis SWOT mempromosikan diskusi kelompok tentang masalah dan strategi pengembangan.
7. Membantu manajemen untuk dapat memenuhi tujuan organisasi.
8. Dapat diterapkan pada tingkat analitik yang berbeda.

Namun bagaimanapun sesuatu yang diunggulkan tentu memiliki kekurangan tersendiri. Analisis SWOT memiliki kekurangan sebagai berikut (Ege dan Yaşar, 2017):

1. Memiliki persepektif yang umum sebagai pendekatan dan menyajikan solusi yang umum.
2. Terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa analisis SWOT dirumuskan dengan buruk
3. Bermasalah dari segi kualitas dan kuantitas.

Minuman Kekinian

Perkembangan teknologi berdampak pada meningkatnya kebutuhan manusia untuk memenuhi kewajiban dari hidupnya (Alfirahmi, 2019). Sejalan dengan hal tersebut, budayapun ikut mengalami perubahan, misalnya saja pada minuman kopi. Dulunya kopi selalu nampak identik dengan minuman untuk laki-laki (Alfirahmi, 2019), namun setelah perkembangan teknologi dan media sosial, kopi dengan tambahan kata “kekinian” dikonsumsi oleh wanita khususnya pada wanita usia dewasa. Kata “kekinian” pada kopi tersebut telah merubah cara pandang dalam menikmati kopi (Alfirahmi, 2019). Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia “kekinian” diartikan sebagai keadaan sekarang atau terkini. Maka definisi minuman kekinian merujuk pada minuman terkini. Minuman kekinian merupakan kata yang ada pada minuman yang bersifat inovatif dan menjadi populer karena seringnya dikonsumsi oleh anak muda zaman sekarang (Veronica dan Ilmi, 2020).

Berbagai *brand* dengan mengusung tema minuman kekinian mulai bermunculan dimana-mana. Janji Jiwa, Boba, Haus?, Thai Tea, Coklat Klasik adalah sederet *brand* yang sering dijumpai. Minuman yang ditawarkan tentunya memiliki keunikan sendiri, pada Boba misalnya. Boba menawarkan minuman yang bervariasi rasa dengan berbagai pilihan jenis topping yang dapat dipilih konsumen secara mandiri, selain itu konsumen dapat memilih kadar gula dari minuman yang dibeli (Barclay et al., 2014). Studi terbaru mengenai minuman kekinian ternyata memiliki kalori tinggi namun kurang akan makronutrien dan mikronutrien (Meinarisa dkk., 2020). Minuman kekinian tersebut juga memiliki kadar gula yang tinggi (Gamboa-gamboa et al, 2019). Alhasil ketika terlalu sering mengkonsumsi minuman kekinian dapat menyebabkan resiko obesitas pada remaja (Meinarisa dkk., 2020).

Maka hasil studi tersebut bisa dijadikan referensi untuk beberapa pemilik usaha minuman kekinian. Seberapa menarik usaha minuman yang dilakukan tergantung pada kreatifitas dari pemilik usaha. Namun umumnya minuman kekinian memiliki bahan dasar yang sama, yakni bubuk perasa coklat, bubuk coffe dan perasa buah-buahan kemudian diolah sedemikian rupa dengan bahan pendamping lalu disulap dengan teknik pengemasan yang unik sudah menjadi produk dari minuman kekinian. Maka dari sini dapat diketahui bahwa peluang usaha terbuka besar pada bisnis minuman kekinian (Alfihrami, 2019). Dan dari sini pula dapat dikathui bahwa terjadi persaingan bisnis, karena terdapat berbagai *brand* dengan tema usaha yang sama (Pramelani, 2020).

Dalam tulisannya Pramelani (2020) juga mengungkap beberapa alasan mengenai ketertarikan konsumen untuk membeli minuman kekinian jenis kopi. Alasan tersebut terdapat pada beberapa poin berikut:

1. Rasa nyaman yang diajikan sehingga dapat dijadikan untuk ngobrol seru bersama teman.
2. Variasi rasa dalam minuman kekinian.
3. Faktor pelayanan.
4. Nama merek dan menu yang unik dan kreatif.
5. Harga yang cukup terjangkau.
6. Kemasan yang sederhana, unik, praktis, tidak mudah tumpah dan menarik.
7. Dorongan rasa suka pada kopi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi studi kasus dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Studi kasus merupakan pendekatan penelitian kualitatif yang memfasilitasi eksplorasi fenomena dalam konteksnya menggunakan berbagai sumber data (Baxter dan Jack, 2008). Data yang nantinya dikumpulkan merupakan data dengan tingkat

observasi yang dalam (Vu dan Feinstein, 2017). Alasan dari pengambilan keputusan tersebut adalah karena peneliti ingin menyelidiki dan menganalisis suatu kasus secara mendalam dari berbagai persepektif. Dalam hal ini kasus yang dimaksud adalah Cinderella Cafe dalam menghadapi persaingan bisnis yang kuat di sektor minuman kekinian. Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam menunjang penelitian, yakni data primer dan data sekunder.

Siyoto dan Sodik (2015) mengungkapkan bahwa data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari narasumbernya, sedangkan data sekunder adalah data yang didapat peneliti dari sumber-sumber yang telah ada sebelumnya (68:2015). Perolehan data primer didapat dengan teknik wawancara dan observasi dari pemilik usaha Cinderella kafe dan dua orang pengunjung. Sedangkan perolehan data sekunder didapat dari beberapa buku dan artikel ilmiah yang membahas mengenai analisis SWOT. Desain penelitian didasarkan metodologi yang sudah diambil. Pada umumnya desain sebuah penelitian mencakup 3 hal berikut : (Rahardjo, 2017)

1. Tahap Pra Lapangan

Beberapa kegiatan yang dilakukan adalah :

- a. Penyusunan rencana penelitian
- b. Pengurusan terhadap ijin penelitian
- c. Percobaan lapangan observasi dan penyempurnaan rencana penelitian
- d. Memilih informan yang tepat
- e. Persiapan alat dan bahan yang dibutuhkan selama proses pengumpulan data berlangsung

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Pada tahap ini peneliti diharuskan untuk mencermati apapun yang berhubungan dengan informan, seperti mimik wajah maupun gesture tubuh informan. Dan juga pada tahap inilah peneliti dapat melakukan teknik keabsahan atas apa yang diteliti.

3. Tahap Pasca Lapangan

Pada tahap proses analisis data dilakukan agar dapat menyimpulkan atas apa yang sudah diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cinderella Cafe merupakan satu dari sekian banyak warung kopi yang menyediakan minuman kekinian. Sebagai pemilik, pasangan suami istri itu melihat besarnya peluang usaha pada bisnis minuman kekinian kemudian memanfaatkannya. Lokasi Cinderella Cafe berada di Jalan Raya Bungah Dukun No 32, Kecamatan Bungah, Kabupaten Gresik. Rumah yang disulap menjadi hunian nongkrong yang nyaman dengan graffiti diseluruh tembok menambah kesan kekinian. Jika digambarkan secara deskriptif letak Cinderella kafe berada tepat di depan SMA MAN 1 Gresik, kemudian sekitar jarak 1 km terdapat SMA Assaadah, pondok pesantren, lembaga privat Prima Gama, dan satu-satunya *store* Alfididi terbesar di Gresik bagian Utara. Sebuah lokasi yang sangat strategis untuk membuka bisnis minuman kekinian, mengingat kebanyakan konsumen dari minuman kekinian adalah kaum remaja.

Cinderella sudah berdiri sejak empat tahun yang lalu, terhitung mulai dari tahun 2017 sampai dengan sekarang. Menu yang ditawarkan semakin inovatif mulai dari kumpulan minuman dalam menu coffe bland, kumpulan minuman dalam menu bubble drinks, kumpulan minuman dalam menu alpukad kocox, kumpulan minuman dalam menu cheese oreo lumeria, kumpulan minuman dalam menu kopzumilk, kumpulan minuman dalam menu freshmilk brown sugar, dan beberapa jenis olahan mie kekinian. Banyaknya pilihan menu tersebut menambah nilai positif

dimata pelanggan. Namun sepertinya yang melihat peluang besar pada bisnis minuman kekininan bukan hanya sepasang suami istri itu saja.

Berdirinya banyak *franchise* disekitar Cinderella, belum lagi pembukaan warung kopi baru yang lebih kekininan, The Kaliwood misalnya membuat persaingan bisnis di sekitar jalan raya tersebut sangat ketat. Mau tidak mau Cinderella harus kembali membuat inovasi yang berbeda dengan yang lain. Cinderella harus memilih strategi yang tepat agar usaha yang dilakoni dapat berkembang jauh lebih pesat lagi. Untuk itu analisis SWOT perlu dilakukan di Cinderella Cafe. Hasil akhir dari analisis tersebut dapat dimanfaatkan oleh Cinderella Cafe sebagai strategi dalam mencapai tujuan bisnis Cinderella Cafe.

Berikut ini disajikan ringkasan beberapa poin S, poin W, poin O, dan poin T yang sudah dijelaskan sebelumnya ke dalam tabel berikut:

Tabel 2. Identifikasi S.W.O.T

Strenghts	Weaknesess
<ul style="list-style-type: none"> - Harga terjangkau untuk semua kalangan - Memiliki fasilitas untuk daring - Memiliki variasi rasa - Meskipun harga murah namun rasa dapat bersaing dengan produk lain - Memiliki lokasi yang strategis (Pusat lembaga pendidikan) - Memiliki jasa pesan antar (<i>dilivery order</i>) - Strategi marketing yang bagus 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan yang kurang baik - Lahan parkir yang tidak luas
Opportunity	Treath
<ul style="list-style-type: none"> - Tingginya trend minuman kekininan - Menu yang berbeda dengan usaha sejenis lainnya 	<ul style="list-style-type: none"> - Banyak pesaing usaha yang muncul dengan sektor bisnis yang sama - Ketidakstabilan harga dan ketidakstabilan ekonomi Indonesia

Sumber : peneliti

Setelah indentifikasi empat poin tersebut maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut menggunakan bantuan matrik TWOS.

Tabel 3. Matrik TWOS

	Strenghts	Weaknesess
	<ul style="list-style-type: none"> - Harga terjangkau untuk semua kalangan - Memiliki fasilitas untuk daring - Memiliki variasi rasa - Meskipun harga murah namun rasa dapat bersaing dengan produk lain - Memiliki lokasi yang strategis (Pusat lembaga pendidikan) - Memiliki jasa pesan antar (<i>dilivery order</i>) - Strategi marketing yang bagus 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan yang kurang baik - Lahan parkir yang tidak luas

<p>Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tingginya trend minuman kekinian. - Menu yang berbeda dengan usaha sejenis lainnya. 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memperluas pangsa pasar dengan bermitra transportasi online (Gojek dan Grab). - Pemberian diskon khusus bagi pelanggan tetap. 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan pelatihan pada SDM, pantau dan memberi masukan. - Pengembangan infrastruktur.
<p>Treath</p> <ul style="list-style-type: none"> - Banyak pesaing usaha yang muncul dengan sektor bisnis yang sama. - Ketidakstabilan harga dan ketidakstabilan ekonomi Indonesia. 	<p>Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan daya saing. - Meningkatkan pendapatan dan mengurangi belanja kebutuhan. 	<p>Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan pelatihan SDM, pantau dan memberi masukan. - Memperbaiki infrastruktur yang ada dan menata kembali tata letak agar lebih efisien dan estetik. - Pembelian lahan samping kafe untuk memperluas kafe. - Meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan digitalisasi yang ada dan mengurangi belanja kebutuhan.

Analisis tersebut menghasilkan empat alternatif strategi yang dapat dipilih oleh Cinderella Cafe dalam menghadapi ancaman dan kelemahan. Keempat strategi tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strenghts-Opportunities*)

Kondisi ini merupakan kondisi yang diharapkan oleh pemilik (Budiman, 2017). Hal tersebut dikarenakan kekuatan yang dimiliki dapat dimanfaatkan untuk segala kesempatan yang sudah teridentifikasi. Adapun strategi SO dapat diuraikan pada poin berikut :

- a. Memperluas pangsa pasar dengan bermitra transportasi online (Gojek dan Grab).

Teknologi yang berkembang cepat menciptakan beberapa model perusahaan sendiri salah satunya adalah *strat-up* dibidang jasa yang satu ini. Memperluas pangsa pasar lebih baik dan lebih mudah apabila bermitra dengan kedua perusahaan raksasa tersebut. Hal ini pastinya dapat memaksimalkan pendapatan yang diperoleh Cinderella Cafe.

- b. Pemberian diskon khusus bagi pelanggan tetap.

Selalu ada pelanggan yang menatap karena ketertarikan rasa yang dipertahankan oleh kafe itu sendiri. Akan lebih baik jika memprioritaskan pada pelanggan lama lebih dari pada mencari pelanggan yang baru. Maka dari itu pemberian diskon dirasa menjadi teknik marketing yang bagus agar pelanggan lama dapat semakin tertarik dengan Cinderella Cafe.

2. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi ini dibuat dengan berdasar pada pemaksimalan peluang dan meminimalisir kelemahan yang ada (Budiman, 2017) di Cinderella Cafe :

- a. Meningkatkan pelatihan pada SDM, pantau dan memberi masukan.

SDM menjadi sumber yang terpenting dalam berbisnis. Masyarakat Indonesia masih sangat mengutamakan sopan santun dan keramahan dalam

segala hal. Maka tidak ada ruginya apabila menciptakan kesan yang bagus di mata pelanggan. Hal tersebut juga akan berdampak pada citra positif dari Cinderella Cafe.

b. Pengembangan infrastruktur.

Persaingan menjadi semakin ketat sejak berdirinya beberapa warung kopi yang lebih luas dan lebih estetik. Maka dari sini infrastruktur perlu dipertinjau ulang dan ditata ulang, terutama pada kapasitas lahan parkir yang dimiliki Cinderella Cafe.

3. Strategi ST (*Strengths-Threat*)

Strategi ini didapat dengan cara menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman (Budiman, 2017) yang ada pada Cinderella Cafe.

a. Mengembangkan daya saing.

Cinderella Cafe harus menjamin bahwa produk yang dipunya berbeda dengan produk yang lainnya. Sehingga pelanggan dapat merasa puas ketika membeli produk yang ditawarkan oleh Cinderella Cafe.

b. Meningkatkan pendapatan dan mengurangi belanja kebutuhan.

Fluktuasi yang tidak bisa dijamin kapan datangnya membuat pebisnis kelimpungan dalam hal pemasokan bahan. Dalam hal ini Cinderella dapat memanfaatkan teknologi digitalisasi untuk memaksimalkan pendapatan yang diperoleh setiap harinya. Hal tersebut dilakukan agar tidak terlalu merasakan kerugian yang ditimbulkan akibat fluktuasi harga bahan-bahan pokok.

4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi ini didapat dengan meminimalisir kelemahan dan juga bagaimana menghindari ancaman yang sudah teridentifikasi sebelumnya (Budiman, 2017).

a. Meningkatkan pelatihan SDM, pantau dan memberi masukan.

b. Memperbaiki infrastruktur yang ada dan menata kembali tata letak agar lebih efisien dan estetik.

c. Pembelian lahan samping cafe untuk memperluas cafe.

Dalam hal ini merupakan alternatif apabila mendisain tata ruang tidak bisa lagi menarik pembeli.

d. Meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan digitalisasi yang ada dan mengurangi belanja kebutuhan.

Jika terjadi kondisi demikian, Cinderella Cafe dituntut untuk segera membenahi usahanya agar dapat menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Maka berdasarkan analisis menggunakan matriks tersebut, Cinderella perlu melihat dan mengetahui saat ini kafe tersebut berada dalam situasi yang seperti apa, agar penerapan strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT dapat diterapkan dan diimplementasikan dengan maksimal.

SIMPULAN

Simpulan

Minuman kekinian hadir dalam cita rasa dan bentuk yang berbeda dengan *brand* yang berbeda pula. Banyaknya *brand* minuman kekinian membuat persaingan usaha tersebut cukup kuat. Hal tersebut membuat rasa kekhawatiran dari pemilik bisnis, salah satunya adalah Cinderella Cafe. Setelah pengidentifikasian terkait *strengths, weaknesses, opportunities, and threats*, Cinderella Cafe dapat memilih strategi dari keempat hasil yang sudah dianalisis dengan bantuan

matriks TWOS. Namun terlebih dahulu Cinderella harus mengetahui kondisi saat ini sebelum menentukan pilihan strategi. Berikut empat strategi tersebut :

1. Strategi SO (*Strenghts-Opportunities*)
 - a. Memperluas pangsa pasar dengan bermitra transportasi online (Gojek dan Grab).
 - b. Pemberian diskon khusus bagi pelanggan tetap.
2. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)
 - a. Meningkatkan pelatihan pada SDM, pantau dan memberi masukan.
 - b. Pengembangan infrastruktur.
3. Stretegi ST (*Strenghts-Threat*)
 - a. Mengembangkan daya saing.
 - b. Meningkatkan pendapatan dan mengurangi belanja kebutuhan.
4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)
 - a. Meningkatkan pelatihan SDM, pantau dan memberi masukan.
 - b. Memperbaiki infrastruktur yang ada dan menata kembali tata letak agar lebih efisien dan estetik.
 - c. Pembelian lahan samping kafe untuk memperluas kafe.
 - d. Meningkatkan pendapatan dengan meemanfaatkan digitalisasi yang ada dan mengurangi belanja kebutuhan.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini hanya berfokus pada matriks TWOS, sehingga hasil yang didapatkan tidak dapat diterapkan dengan sempurna oleh Cinderella Cafe. Dengan ini diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan teknik analisis data menggunakan IFAS dan EFAS atau QSPM matrik, ataupun teknik lainnya.

Implikasi Penelitian

Impilaksai penelitian ini dibagi menjadi dua sub bagian, yakni implikasi praktis dan implikasi teoritis.

1. Implikasi praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran positif bagi beberapa usaha dibidang minuman kekinian khususnya untuk Cinderella Cafe agar mampu beradaptasi dengan persaingan bisnis yang ada.

2. Implikasi Teoritis

Dengan munculnya empat strategis tersebut membuktikan bahwa penting untuk mengetahui strategi bisnis yang tepat sebagai langkah utama untuk menghadapi persaingan bisnis, utamanya pada bisnis minuman kekinian yang saat ini sedang menjadi *trand* dikalangan anak remaja. Teknik analisis perlu dikembangkan dengan pasti agar dapat diimplikasikan oleh pemilik bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfirahmi. (2019). Fenomena Kopi Kekinian Di Era 4.0 Ditinjau Dari Marketing 4.0 dan Teori Uses And Effect. *Jurnal Lugas Vol 3 No 1*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik. (2019). Kecamatan Bungah Dalam Angka.
- Budiman, Tri. (2017). Analisis SWOT pada usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Metro Lampung.

- Barcley A, Sandall P, Shwide-Slavine, C. (2014). *The Ultimate Guide to Sugars & Sweeteners: Discover the Taste, Use, Nutrition, Science, and Lore of Everything from Agave Nectar to Xylitol*. New York : *The Experiment*.
- Baxter, Pamela. dan Susan Jack. 2008. "Qualitative Case Study Methodology : Study Design and Implementation for Novice Researchers". *The Qualitative Report Volume 13 No 4*.
- EIBN. Food And Beverage. (2017). Indonesia Business Network.
- Ege & Yaşar. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research Vol 10, Issue 51*.
- Gamboa-gamboa, T., Blanco-metzler, A., Vandevijvere, S., Ramirez-zea, M., & Kroker-lobos, M. F. (2019). Nutritional Content According to the Presence of Front of Package Marketing Strategies : The Case of Ultra-Processed Snack Food Products Purchased in. 1–14. <https://doi.org/10.3390/nu11112738>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).
- Kurniawan. Dodi, M. Dery Iswahyudin, Tri Ratna Suciati. (2020). SWOT Analysis and Ansof Matrix in Creative Food Industry Business Development: A study on Creative Food Business "Komala". *Journal Of Social Sciences Vol 3 Issue 2 2020*.
- Meinarisa, dkk. (2020). Edukasi Nutrisi Remaja: Menghitung Kalori Minuman Kekinian. *Jurnal Pengabdian Harapan Ibu Vol 2 No 1*.
- Nourlette, Riszky Ramadahan dan Shinta Wahyu Hati. (2017). Penentuan Strategi Dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada Hotel Nongsa Point Marina & Resort Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Inovasi dan Bisnis Vol 5 No 1*.
- Oreski. Dijana. (2012). Strategy Development By Using SWOT-AHP. *TEM Journal Vol 1 No 4*.
- Pramelani. (2020). Faktor Ketertarikan Minuman Kopi Kekinian Terhadap Minat Beli Konsumen Kalangan Muda. *Managemen Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen. Volume 15, No 1*.
- Rahardji, Mudjia. 2017. "Desain Penelitian Studi Kasus". Uin Maulana Malik Ibrahim.
- Recreation Tourism Research Institute. (2016). SWOT Analysis.
- Sammut-Bonnici, Tanya, dkk. (2014). SWOT Analysis. *Wiley Encloppedia Of Management Vol 6*.
- Sancoko, Aldo Hardi. (2015). Strategi Pengembangann Bisnis Usaha Makanan Dan Minuman Pada Depot Time To eat Surabaya. *Agora Vol 3 No 1*.
- Siyoto, Sandu. dan Ali sodik. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. *Yogyakarta : Literasi Media Publishing*.
- Badan Pusat Statistika. Kecamatan Gresik. Diakses melalui link <https://statistik.gresikkab.go.id/kecamatan> pada tanggal 01 Maret 2021.
- Tinambunan, Christine Eva, dkk. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Milenial Terhadap Boba Vs Kopi Di Kota Medan. *Journal of Business and Economic Research Vol 1. No 2*.
- Veronica, Maylnn Trifosa & Ibni Malkan Bakhrul Ilmi. (2020). Minuman kekinian Di Kalangan Mahasiswa Depok Dan Jakarta. *Indonesian Jurnal of Helath Development Vol 2 No 2*.
- Vu, Phu. dan Sheryl Feinstein. 2017. "An Exploratory Multiple Case Study Aboutn Using Game-Based Learning in STEM Classrooms". *IJRS Vol 3, Issue 2*.