



STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING LUHTU'S COFFEE SHOP

Oleh

Ni Made Sudarmini¹⁾, Cok Istri Sri Widhari²⁾ & Ni Nyoman Baktiari³⁾

^{1,2,3} Staf Pengajar Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali dan FKIP Universitas Mahasaraswati Denpasar Cakranegara

Abstract

The aim of this research are : (1) identify the internal factor of the strength and the weakness of Luhtu's Coffee Shop ; (2) identify external factor of the opportunities and threats ; and (3) build the strategy of increasing competitiveness in order to enter the market competition. The data were gathered through (1) direct observation; (2) interview ; (3) questionnaires and focused group discussion, and (4) library research. The collected data were analysed based on deskriptive kualitative IFE matix, EFE matrix, SWOT matrix, and QSPM matrix. The analyzing result shown that Luhtu's Coffee Shop is in growing and developing stage. The result of SWOT analysis identify that they are seven (7) strategies to increase the competitiveness of Luhtu's Coffee Shop such as : (1) sales innovation; (2) making website, (3) using modern coffee machine, (4) packaging innovation; (5) division of work; (6) product innovation ; and (7) increasing the amount of product. Based on QSPM analysis doing sales innovation is the first strategy to do.

Keywords : Strategy, SWOT analysis, market competition

PENDAHULUAN

Globalisasi pasar, meningkatnya daya saing antar pelaku bisnis menuntut para pelaku bisnis untuk memiliki strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan. Kotler & Keller (2007) menyatakan bahwa untuk dapat menghindari perangkap komoditas, pemasar harus dapat mendiferensiasikan apa saja. Selanjutnya Kotler & Susanto (2001) menyatakan bahwa perusahaan dapat melakukan diferensiasi dengan cara mengenali keunggulan kompetitif yang mungkin ada, memiliki ciri pembeda utama yang dimiliki perusahaan, memilih penentu posisi yang efektif di pasar dan mengkomunikasikan penentu posisinya di pasar. Bisnis pada masa sekarang ini akan lebih sulit serta menghadapi lebih banyak tantangan dengan semakin banyaknya pesaing serta keinginan konsumen yang terus meningkat akan kualitas produk, harga yang tidak mahal, kemudahan dalam pembelian produk, dan sebagainya.

Menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan semestinya memiliki strategi yang handal agar dapat menang dalam persaingan. Pengembangan strategi bersaing bagi suatu perusahaan bertujuan untuk dapat

melihat secara obyektif kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal untuk dapat memperoleh keunggulan bersaing dan memilih produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada (Freddy Rangkuti, 2006)

Luhtu's Coffeeshop sebagai salah satu dari sekian banyak UKM yang bergerak di bidang bisnis makanan dan minuman banyak dikunjungi wisatawan baik lokal maupun wisatawan asing. Dengan letak yang sangat strategis, berlokasi di pantai Sindu Sanur Luhtu's Coffee Shop hadir untuk menyediakan kebutuhan makan dan minum bagi wisatawan yang berkunjung ke pantai Sindu Sanur. Untuk tetap mempertahankan eksistensinya di bisnis coffee shop, Luhtu's coffee shop harus pandai-pandai mencari strategi bersaing. Dalam persaingan yang menjadi tantangan terbesar pada saat sekarang ini adalah banyak terdapat Coffee shop baik yang masih lokal maupun asing yang banyak bermunculan di sekitar pantai Sindu. Pesaing pesaing terdekat Luhtu's coffee shop seperti : Rosetta Coffee Shop, Maya's Coffee Shop, Rujak Bali Bu Rante, dan Warung Mama Putu. Dalam menghadapi



persaingan yang sangat ketat tersebut volume penjualan Luhtu's Coffee Shop tiap tiap hari sangat berfluktuasi. Manajemen menargetkan volume penjualan sebesar Rp 30 juta per hari, namun target yang diharapkan belum tercapai. Bahkan dalam enam bulan terakhir ini volume penjualan cenderung merosot turun sehingga penulis tertarik untuk meneliti alternatif strategi untuk meningkatkan daya saing Luhtu's Coffee Shop dalam memasuki pasar persaingan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Luhtu's Coffee Shop yang berlokasi di Pantai Sindu Sanur Denpasar. Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner dimana tiap tiap pertanyaan diberi skor dan urutan nilai untuk berbagai faktor dari masing masing variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Luhtu's Coffee Shop.

Adapun teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi langsung, yang dilakukan dengan mengamati secara langsung berbagai aktivitas yang terkait dengan kegiatan kegiatan pemasaran di Luhtu's Coffee Shop.
2. Wawancara yaitu pengumpulan data dengan melakukan wawancara secara mendalam untuk memperoleh gambaran tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam lingkungan Luhtu's Coffee Shop.
3. Studi Kepustakaan, yaitu dengan membaca buku buku literatur sebagai landasan teoritis dan pembahasan yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas.
4. Kuesioner dan Focused Group Discussion (Herdiansyah, 2010) dengan cara yaitu kuesioner dibagikan kepada nara sumber dalam hal ini Pemilik Coffee Shop Ibu Putu Sarini, Ibu Ketut Dwi Adnyawati selaku F&B manajer, dan Putu Venessa selaku

manajer Pemasaran Luhtu's Coffee Shop.

Analisis data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan beberapa alat analisis yaitu : (1) analisis kualitatif ; (2) matriks IFE dan EFE ; (3) matriks SWOT; (4) QSPM; dan (5) analisis statistik deskriptif sesuai dengan teori strategi menurut David (2004) dan Rangkuti (2006)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan atas hasil survey pendahuluan dan kuesioner dengan Focused Group Discussion, maka dapat diidentifikasi 27 variabel penelitian untuk Luhtu's Coffee Shop yang terdiri dari faktor internal (13 variable), dan eksternal strategis(14 variabel). Faktor internal sebagai kekuatan terdiri dari 7 (tujuh) variabel, sedangkan variabel kelemahan sebanyak 6 (enam) variabel. Untuk faktor eksternal sebagai peluang strategis dapat diidentifikasi sebanyak 7 (tujuh) variabel, sedangkan variabel ancaman sebanyak 7 (tujuh) variabel.

Identifikasi Kondisi faktor Internal sebagai kekuatan dan kelemahan Luhtu's coffee shop

Kekuatan

1. Rasa produk
2. Bahan baku terjamin
3. Kualitas produk
4. Variasi produk
5. Fasilitas memadai
6. Lokasi strategis
7. Suasana nyaman
8. Modal terjamin.

Kelemahan

1. Harga relatif mahal
2. Pembagian kerja belum jelas
3. Inovasi masih rendah
4. Promosi masih monoton
5. Teknologi masih sederhana
6. Blm punya situs resmi

Identifikasi faktor Eksternal sebagai peluang dan ancaman Luhtu's coffee shop

Peluang

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>



1. Meningkatnya kunjungan wisatawan ke Bali
2. Gaya hidup masyarakat
3. Pertumbuhan ekonomi
4. Kondisi politik yang kondusif
5. Perkembangan teknologi informasi
6. Pertumbuhan penduduk yang tinggi
7. Kebijakan investasi

Ancaman

1. Kondisi Pariwisata
2. Krisis Ekonomi global
3. Loyalitas pelanggan
4. Pesaing merebut pangsa pasar yang dikuasai
5. Ancaman produk substitusi
6. Kenaikan biaya produksi
7. Persaingan yang sangat tinggi

Verifikasi terhadap variabel internal dan eksternal dilakukan melalui Focused Group Discussion {FGD}, selanjutnya ditentukan bobot dan rating kemudian jumlah bobot dikalikan dengan rating sebagai dasar analisis data I-E matrix. Matrix I-E merupakan nilai tertimbang yang diperoleh pada matrix EFE dan IFE, yaitu 3,0165 dan 2,9901 dapat diketahui bahwa Luhtu's Coffee Shop berada pada kuadran II seperti gambar di bawah ini:

		SKOR IFE		
		Kuat 3,0-4,0	Rata-rata 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
SKOR EFE	Tinggi 3,0-4,0	I	II	III
	Sedang 2,0-2,99	IV	V	VI
	Rendah 1,0-1,99	VII	VIII	IX

Berdasarkan gambar di atas, Luhtu's Coffee Shop berada pada kuadran II. Menurut David {2006} posisi perusahaan pada kuadran II dapat melaksanakan strategi kembangkan dan bangun {growth and build} dimana strategi ini terdiri dari strategi intensif {penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk} atau strategi integratif (integrasi ke depan, ke belakang dan horizontal}. Integrasi

ke depan dapat dilakukan dengan cara mempererat hubungan dengan pemasok, integrasi ke belakang dapat dilakukan dengan mempererat hubungan dengan konsumen, dan integrasi horizontal dapat dilakukan dengan cara meningkatkan pengawasan terhadap para pesaing sehingga perusahaan dapat bertahan dan terus mengembangkan usaha di tengah persaingan yang kompetitif.

Analisis Matrix SWOT

FAKTOR INTERNAL	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa produk 2. Bahan baku terjamin 3. Kualitas produk 4. Variasi produk 5. Fasilitas memadai 6. Lokasi strategis 7. Suasana nyaman 8. Modal terjamin 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga relatif mahal 2. Pembagian kerja belum jelas 3. Inovasi masih rendah 4. Promosi masih monotone 5. Teknologi sederhana 6. Belum punya situs resmi
FAKTOR EKSTERNAL	PELUANG (O)	ANCAMAN (T)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan jumlah produksi (S1,S2,S3,S4,S8,O1,O2,O3,O5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan inovasi kemasan yang digunakan untuk tempat produk (T1,T2,S6,S8)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan jumlah produksi (S1,S2,S3,S4,S8,O1,O2,O3,O5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan inovasi produk (W3,W1,TS) 2. Mengadakan pembagian kerja yang jelas (W2,

Berdasarkan matriks SWOT di atas dapat dihasilkan 7 alternatif strategi yaitu :

1. Strategi 1 : Meningkatkan jumlah produksi (SO)
Luhtu's Coffee Shop dapat melakukan strategi meningkatkan jumlah produksi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada. kekuatan Luhtu's Coffee Shop seperti: rasa, kualitas. variasi produk, bahan baku tersedia. lokasi strategis, fasilitas memadai serta tersedianya modal dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jumlah produksi agar dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin bertambah. Dengan terpenuhinya permintaan maka loyalitas konsumen akan dapat dijaga.



2. Strategi 2 : Penggunaan teknologi yang lebih baik di bidang mesin kopi. (WO)
Kelemahan pada Luhtu's Coffee Shop yaitu teknologi yang masih sederhana dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang perkembangan teknologi. Kelemahan Luhtu's Coffee Shop adalah penggunaan teknologi masih sederhana untuk mesin kopi sehingga dengan adanya penggunaan teknologi yang lebih baik di bidang mesin kopi diharapkan akan dapat meningkatkan volume penjualan.
3. Strategi 3 : Melakukan inovasi penjualan (WO)
Kelemahan Luhtu's Coffee Shop adalah harga produknya relatif lebih tinggi dari pesaingnya, adanya keterbatasan dalam hal inovasi sedangkan peluang yang dimiliki adalah meningkatnya kunjungan wisatawan baik domestik maupun asing, gaya hidup masyarakat yang lebih menyukai makanan modern, laju pertumbuhan penduduk yang tinggi sehingga kelemahan tersebut dapat diatasi dengan melakukan inovasi penjualan produk dengan menyediakan paket-paket produk seperti misalnya paket makanan dan minuman, beli 3 gratis 1, dan lain-lain.
4. Membuat website /situs resmi (WO)
Kelemahan Luhtu's Coffee Shop adalah promosi kurang gencar dan masih monoton, serta belum memiliki situs resmi sedangkan peluang yang dimiliki yaitu perkembangan sistem informasi dan teknologi sehingga dengan strategi membuat situs resmi Luhtu's Coffee Shop dapat mempromosikan usahanya sehingga semakin dikenal. Melalui website ini Luhtu's Coffee Shop juga dapat mempromosikan menu-menu yang dimiliki serta program atau acara-acara yang diselenggarakan seperti program live music, nonton bareng, dan lain-lain.
5. Inovasi kemasan produk (ST)
Kekuatan yang dimiliki Luhtu's Coffee Shop adalah modal tersedia sedangkan ancaman yang dihadapi Luhtu's Coffee Shop yaitu ancaman produk substitusi, persaingan yang sangat tinggi sehingga untuk meningkatkan daya saing perusahaan dapat melakukan inovasi terhadap kemasan produknya. Selama ini kemasan produk untuk tempat minum memakai gelas sehingga inovasi kemasan bias dilakukan dengan mengganti dengan plastic yang bias dibawa pulang, demikian pula dengan kemasan kue yang dibungkus dengan plastik dapat dilakukan dengan kemasan yang lebih menarik berupa kotak, toples yang bentuknya unik sehingga lebih menarik dan bias dibawa pulang.
6. Mengadakan pembagian kerja (WT)
Kelemahan Luhtu's Coffee Shop adalah belum ada pembagian kerja yang pasti sehingga karyawan melakukan kerja rangkap sehingga pada saat musim ramai sering terjadi kebingungan tugas mana yang harus dilakukan terlebih dahulu, Strategi mengadakan pembagian kerja yang jelas untuk mengatasi ancaman pesaing merebut pangsa pasar dan loyalitas pelanggan.
7. Melakukan inovasi produk (WT)
Harga relatif tinggi serta keterbatasan inovasi merupakan kelemahan Luhtu's Coffee Shop, sedangkan ancaman yang dihadapi pesaing merebut pangsa pasar dan ancaman produk substitusi. Strategi yang dapat digunakan Luhtu's Coffee Shop untuk meningkatkan daya saing adalah melakukan inovasi produk. Inovasi produk yang dimaksud disini yaitu dengan melakukan eksperimen menciptakan cita rasa kopi dan juga jenis makanan lainnya seperti



kue yang rasanya bervariasi seperti carrot cake, banana cake serta kue ulang tahun dengan tampilan yang menarik sehingga dapat merebut pangsa pasar coffee shop saingan.

Dari strategi yang dihasilkan berdasarkan analisis SWOT maka tahap akhir yang harus dilakukan adalah menetapkan strategi mana yang menjadi prioritas untuk dilaksanakan. Untuk hal tersebut alat analisis yang dipakai adalah Quantitative Strategic Planning Matrix {QSPM}. Hasil analisis QSPM diperoleh prioritas strategi untuk meningkatkan daya saing Luhtu's Coffee Shop yaitu :

1. Melakukan inovasi penjualan
2. Membuat website
3. Penggunaan mesin kopi yang lebih modern.
4. Melakukan inovasi kemasan produk
5. Mengadakan pembagian kerja.
6. Melakukan inovasi produk
7. Meningkatkan jumlah produksi.
- 8.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil analisis yang diperoleh maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor Lingkungan internal Luhtu's Coffee Shop dapat diidentifikasi sebanyak 14 faktor yang terdiri dari 8 faktor kekuatan dan 6 faktor kelemahan
2. Faktor Lingkungan eksternal Luhtu's Coffee Shop dapat diidentifikasi sebanyak 14 faktor yang terdiri dari 7 faktor peluang dan 7 faktor ancaman. Hasil matrix I-E menempatkan Luhtu's Coffee Shop pada kuadran II yaitu growth and build. Strategi yang dapat diterapkan adalah strategi intensif
3. Berdasarkan analisis SWOT dihasilkan 7 strategi untuk meningkatkan daya saing Luhtu's Coffee Shop yaitu : inovasi penjualan, membuat website, pemakaian mesin kopi yang lebih modern, inovasi kemasan produk, mengadakan pembagian kerja, melakukan inovasi produk dan meningkatkan jumlah

produksi. Berdasarkan matriks QSPM melakukan inovasi penjualan merupakan strategi yang menduduki prioritas pertama yang bisa dilakukan karena TASNya paling tinggi yaitu 6,7942.

Saran

Berdasarkan hasil simpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan yaitu :

1. Luhtu's Coffee Shop hendaknya mengkomunikasikan strategi yang akan dilaksanakan kepada seluruh staff agar terjalin komunikasi yang efektif sehingga kerjasama team bisa ditingkatkan.
2. Untuk lebih menggiatkan program promosi hendaknya Luhtu's Coffee Shop menjadi sponsor untuk even-even di kampus, sekolah – sekolah supaya lebih dikenal masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alma, B. 1992. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta.
- [2] David, Fred R. 2006. Manajemen Strategis: Konsep, Edisi 10, buku 1 Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Salemba.
- [3] Herdiansyah, Harris, 2010. Metodologi penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta: Salemba Humanika
- [4] Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2007. Manajemen Pemasaran: Edisi 12 Indonesia: PT Indeks.
- [5] Kotler, Philip & A.B. Susanto. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN