

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

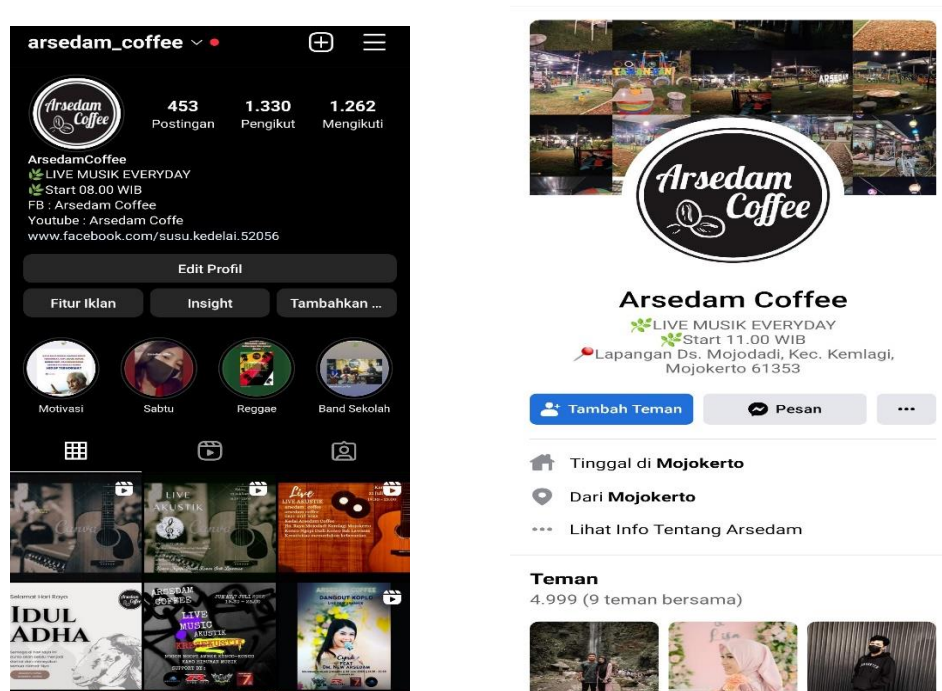
Perkembangan bisnis di era 4.0 telah berkembang sangat pesat dan telah mengalami metamorfosis yang terus menerus meskipun sedang di landa pandemi Covid -19. Pada pandemi Covid-19 dampak yang diberikan pada sektor bisnis sangatl besar di Indonesia salah satunya yaitu bisnis kafe , dimana kafe adalah salah satu tempat bercengkrama, berkumpul, dan bekerja, sehingga kafe mulai menjadi sedikit pengunjung dikarenakan terdapat aturan yang harus ditetapkan yaitu sosial distancing dari aturan pemeritanh. Ada pula batasan untuk jam oprasional karena adanya pembatasan wilayah atau pembatasan fisik, yang membuat pendapatan atau omset yang di dapat mengalami penurunan di bandingkan dengan sebelum adanya pandemi Covid-19. Seperti halnya yang di katankan oleh Tjahyono Haryono (Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Resto Indonesia) bahwa semua pengusaha kuliner saat ini sedang mengalami kesulitan, sudah berbagai cara dilakukan agar bisa tetap bertahan, dengan memanfaatkan online marketing sampai membuat menu baru namun masih belum bisa mingkatkan penjualan, sehingga pendapatan menjadi menurun. Menurut (Arifin et al.,2021) bahwa dampak terbesar pandemi Covid-19 bagi para UMKM yaitu 75% pemilik usaha mengalami penurunan pendapatan secara sidnifikan, 51% meramalkan jika usaha mereka hanya bertahan dalam waktu 3 bulan, 75% tidak mengerti kebijakan dalam keadaan krisis dan 13% pemilik usaha memiliki rencana dalam menyelamatkan usahannya.

Hal tersebut terjadi juga terjadi pada Kafe Arsedam Coffee yang berada di Kemlagi Kabupaten Mojokerto, yang dimana pada masa pandemi Covid-19 ini, kafe tersebut masih tetap buka dengan perubahan jam oprasional yang awal mulai dari pukul 09.00-24.00 WIB menjadi pukul 11.00-21.00 WIB. Namun pada masa pasca pandemi jam oprasional kembali normal namun dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan seperti mewajibkan memakai masker bagi pengunjung Kafe, menyediakan tempat cuci tangan didepan pintu Kafe, serta membatasi jarak untuk tempat duduk yaitu jarak 1,5 meter pada setiap meja. Pengunjung Arsedam Coffee sebagian besar terdiri dari pelajar, mahasiswa dan pekerja namun ada pula pengunjung yang membawa keluarganya untuk berkunjung ke Arsedam Coffee.

Adanya inovasi menjadi kekuatan baru bagi Kafe Arsedam Coffee seperti penambahan tempat duduk di bagian out door, penyediaan mainan untuk pengunjung yang membawa buah hatinya, perluasan tempat parkir, live music. Selain itu dari pihak pemilik kafe melakukan sebuah promosi melalui media sosial dan memberikan promo-promo menarik dan juga terkadang ada gift away bagi pelanggan yang datang ke kafe Arsedam Coffee untuk menarik minat pelanggan. Dengan melakukan promosi melalui media sosial seperti instagram dan facebook, dimana dengan jumlah followers 1.330 di media instagram dan 4.999 di kanal facebooknya tentu pihak Arsedam Coffe berharap minat pelanggan untuk berkunjung ke cafe tersebut dapat meningkat. Untuk pendapatan selama 10 bulan awal Arsedam Coffee mendapatkan rata-rata pendapatan sebesar Rp 4.000.000-Rp 4.500.000, dan untuk 10 bulan terakhir mendapatkan rata-rata sebesar Rp

3.000.000, dengan adanya PPKM masih belum dapat meningkatkan minat pengunjung untuk datang dan omset yang didapatkan cenderung fluktuatif.

Gambar 1.1 Profil Instagram dan Facebook Arsedam Coffee



Sumber Instagram dan Facebook Arsedam Coffee 2022

Selain itu ada pula persaingan dengan kafe-kafe lain yang ada di sekitar daerah kafe Arsedam Coffee, karena setiap kafe berusaha untuk menunjukkan keunggulan masing-masing, seperti Menir Kafe, untuk menarik minat pembeli pihak kafe melakukan strategi dekorasi internal kafe dengan mengusung tema minimalis room, sehingga yang diingat konsumen saat datang ke kafe tersebut adalah dapat menikmati makanan dan minuman sekaligus spot foto bergaya modern saat berada di kafe tersebut. Ada juga Kafe Barongan, dimana kafe tersebut memiliki keunggulan di nuansa tempatnya yang sama dengan nama kafe itu sendiri yaitu di barongan atau hutan bambu yang ridang, itu menjadi daya tarik tersendiri dan

menjadi andalan di Kafe Barongan dalam memikat konsumen. Menir Kafe dan Kafe Barongan menjadi suatu sesuatu ancaman terbesar karena lokasinya terletak berada di dekat Arsedam Coffe. Maka dari itu, dibutuhkan formulasi strategi manajemen dalam menganalisis kondisi internal dan eksternal pada Arsedam Coffe.

Manajemen strategis dapat mendukung berjalannya sebuah bisnis karena dapat merumuskan melaksanakan dan juga mengevaluasi keputusan bisnis dalam mencapai tujuan (Tuncay & Musa, 2015). Dalam proses manajemen strategi terdapat fase yaitu analisis internal dan eksternal. Untuk mempertahankan bisnis serta menghadapi tantangan persaingan perlu di terapkan strategi yang paling tepat agar Arsedam Coffee dapat bertahan di tengah persaingan. Dengan menyelidiki dan mengetahui strategi apa yang di terapkan di Arsedam Coffee dan pada kuadran berapa strategi saat ini yang di gunakan oleh Arsedam Coffee, dengan melakukan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan sebuah alat atau metode untuk mengevaluasi bisnis usaha dengan mencari strategi usaha apa yang baik dan tepat untuk dilakukan kedepannya. Analisis SWOT faktor internal pada Arsedam Coffe antara lain salah satunya *strenghts* (kekuatan) harga produk yang terjangkau, menyediakan tempat yang luas dan nyaman, lokasi strategis, memiliki banyak varian produk makanan dan minuman. *Weakness* (kelemahan) sering terdapat menu yang kosong, pelayanan yang belum maksimal, belum tersedia menu baru. *Opportunities* (peluang) adanya metode pembayaran elektronik seperti ovo, dana, go-pay untuk mempermudah transaksi pembayaran, memaksimalkan semua proses yang di jalankan karyawan. *Threaths* (ancaman) bayak pesaing baru, harga barang produksi yang tidak stabil, untuk dapat mengetahui kondisi real pada Arsedam

Coffee peneliti juga menggunakan marketing mix 7p yang terdiri dari *products*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Alasan menggunakan Marketing mix 7p adalah karena Arsedam Coffe Mojokerto tidak hanya menawarkan produk saja melainkan menawarkan jasa juga, maka Marketing Mix 7p di gunakan untuk mengetahui persoalan internal pada Arsedam Coffee Mojokerto dan juga di gunakan sebagai acuan untuk melengkapi hasil dari analisis SWOT.

Analisis SWOT sendiri merupakan singkatan dari kata *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis SWOT merupakan alat yang secara sistematis digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini telah didasarkan pada logika yang bisa memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*opportunities*), tetapi secara bersamaan bisa menimbulkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threat*). Dengan adanya strategi yang tepat dapat membuat Arsedam Coffee siap bersaing dengan para pesaingnya. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Pengembangan Strategi Bersaing Pada Arsedam Coffee Kemplagi Mojokerto”.

1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, akan difokuskan untuk mencari strategi yang tepat untuk di terapkan oleh Arsedam Coffee dalam dunia persaingan bisnis, dengan menggunakan analisis SWOT yang bisa di gunakan untuk menemukan alternatif strategi yang mungkin bisa di terapkan Arsedam Coffee untuk siap bersaing dengan para pesaingnya.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Marketing Mix Pada Arsedam Coffe Mojokerto ?
2. Bagaimana IFAS dan EFAS pada Arsedam Coffee Mojokerto ?
3. Strategi Bersaing Apakah Yang Paling Tepat Yang Dapat Dilakukan Pada Arsedam Coffee Kemlagi Mojokerto Dengan Menggunakan Analisis SWOT?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk dapat mengetahui Marketing Mix pada Arsedam Coffee Mojokerto.
2. Untuk dapat mengetahui IFAS dan EFAS pada Arsedam Coffee Mojokerto.
3. Untuk dapat mengetahui Strategi Bersaing yang bisa diterapkan di Arsedam Coffe Mojokerto dengan menggunakan analisis SWOT.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Perusahaan

Sebagai referensi dan bahan pertimbangan dalam menganalisis penentuan strategi bersaing dengan menggunakan analisis SWOT

2. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan pemahaman tentang analisis SWOT dalam penentuan strategi bersaing pada bisnis kuliner, khususnya pada Arsedam Coffee Kemlagi Mojokerto.

3. Bagi Peneliti

Selanjutnya hasil penelitian diharapkan menjadi salah satu sumber referensi dan masukan bagi peneliti selanjutnya yang terbaru pada pengembangan bisnis kuliner.