



ANALISIS SWOT DALAM SISTEM PEMASARAN PADA WARUNG KOPI JHON PADA TAHUN 2021

Dwi Alfia Madani¹, Wagiy², Dewi Mariam Widiniarsih³
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU

*Penulis, email: dwi.18010029@student.umpri.ac.id

Abstract

This study aims to determine the Marketing System of Jhon Coffee Shop based on SWOT analysis. The very rapid development in the coffee shop business has resulted in tight business competition between competitors. So companies must more carefully read and anticipate the state of the market in order to be able to win the competition. This study aims to determine the Marketing System of Jhon Coffee Shop based on SWOT analysis.

The type of research method used in this study uses descriptive methods. The focus of this research includes how the marketing system at Jhon Coffee Shop uses SWOT analysis. This study was conducted to determine the marketing system at Jhon Coffee Shop using a SWOT analysis in 2021. The SWOT analysis method used is the SWOT Matrix. In the SWOT Matrix, it discusses 4 strategies that are applied in order to see whether the marketing system at the Jhon Coffee Shop is running well or not. The first strategy is S-O (Strengths-Opportunities), which is a strategy to utilize the potential to seize opportunities. S-T (Strength-Threats) is harnessing the potential to deal with threats. W- O (Weaknesse-Opportunities) is overcoming weaknesses to achieve opportunities, and W- T (Weaknesse-Threats) is minimizing weaknesses to deal with threats. The results of the analysis show that the marketing system at Jhon Coffee Shop is in a good category, where the strategies that have been implemented have been implemented properly.

Keywords: SWOT Analysis and Marketing Strategy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui Sistem Pemasaran Warung Kopi Jhon berdasarkan analisis SWOT. Perkembangan yang sangat pesat di usaha warung kopi berakibat pada ketatnya persaingan bisnis antar kompetitor. Sehingga perusahaan harus lebih cermat membaca serta mengantisipasi keadaan pasar agar mampu memenangkan persaingan. Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Fokus penelitian ini meliputi bagaimana sistem pemasaran pada Warung Kopi Jhon menggunakan analisis SWOT.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui system pemasaran pada Warung Kopi Jhon menggunakan analisis SWOT pada tahun 2021. Metode analisis SWOT yang dipakai adalah Matrik SWOT. Di dalam Matrik SWOT membahas tentang 4 strategi yang diterapkan agar dapat melihat apakah sistem pemasaran di Warung Kopi Jhon ini sudah berjalan dengan baik atau belum. Strategi yang pertama yaitu S-O (Strengths-Opportunities) yaitu strategi memanfaatkan potensi untuk meraih peluang. S-T (Strength-Threats) yaitu memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman. W-O (Weaknesse-Opportunities) yaitu mengatasi kelemahan untuk meraih peluang, dan W-T (Weaknesse-Threats) yaitu meminimalkan kelemahan menghadapi ancaman. Hasil analisis menunjukkan bahwa sistem pemasaran pada Warung Kopi Jhon dalam kategori baik, dimana strategi yang sudah diterapkan sudah terlaksana dengan baik.

Kata Kunci : Analisis SWOT dan Strategi Pemasaran

Open Access



This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License
Website: <https://ukinstitute.org/journals/ijcc>

PENDAHULUAN

Perkembangan yang sangat pesat di usaha warung kopi berakibat pada ketatnya persaingan bisnis antar kompetitor. Sehingga perusahaan harus lebih cermat membaca serta mengantisipasi keadaan pasar agar dapat menciptakan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang berkualitas yang dapat memuaskan konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan.

Produk yang dijual adalah minuman dingin dan panas yang meliputi kopi, boba dan lainnya. hal yang harus diperhatikan dalam memaksimalkan penjualan adalah SWOT pada warung kopi tersebut. "Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Dalam pemasaran, sistem dan strategi pemasaran menjadi satu kebutuhan perusahaan industri yang berorientasi untuk memperoleh laba. Termasuk usaha Warung Kopi Jhon. Perusahaan tersebut bergerak dalam bidang makanan dan minuman. Warung Kopi Jhon ini terletak di Kabupaten Pringsewu tepatnya di Jl. Melati 3, Pringombo. Warung Kopi Jhon ini berdiri sejak tahun 2019, yang pada saat itu omset penjualan masih belum signifikan, pernah mengalami penurunan penjualan karena sistem pemasaran dan kebutuhan pasar pada tahun 2019. Pada tahun 2021 Warung Kopi Jhon mengalami perkembangan yang cukup pesat hingga saat ini.

Melihat kendala dan masalah yang pernah dihadapi oleh perusahaan, lingkungan eksternal dan internal yang diwujudkan dalam analisis SWOT menjadi faktor penting dalam perkembangan Warung Kopi Jhon dalam membangun dan mengembangkan perusahaannya lagi. Dengan kata lain manajer Warung Kopi Jhon harus memikirkan strategi apa yang harus dilakukan untuk menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin kompleks. Penerapan strategi bisnis yang tepat akan memudahkan pelaku usaha untuk mengevaluasi kinerja selama ini. Untuk melakukan hal ini, dibutuhkan sebuah pengujian untuk menerapkan analisis SWOT yang akan di gunakan perusahaan.

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai factor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities) sekaligus dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Secara singkat analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah hal-hal yang mempengaruhi keempat faktor. Dengan demikian, hasil dari analisis tersebut dapat membentuk perencanaan strategi berdasarkan hasil analisis terhadap faktor- faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman). Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana sistem pemasaran Warung Kopi Jhon berdasarkan analisis SWOT?. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui sistem pemasaran Warung Kopi Jhon berdasarkan Analisis SWOT.

PEMASARAN

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu - individu dan kelompok- kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang.

Menurut Darmanto (2021) "Pemasaran adalah mengatur aktivitas organisasi untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menawarkan produk atau jasa yang memiliki nilai bagi pelanggan, mitra, dan masyarakat pada umumnya". Menurut Gusnur

(2015) “Pemasaran seperti halnya dengan ilmu pengetahuan, bersifat dinamis dan selalu mengalami perubahan. Perubahan dalam dunia pemasaran merupakan suatu keharusan lantaran dunia bisnis sebagai induk dari pemasaran terus-menerus berubah menyesuaikan diri dengan kemajuan jaman”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran ialah Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya”.

ANALISIS SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Oppurtunities) sekaligus dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Secara singkat analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah hal-hal yang mempengaruhi keempat faktor.

Menurut Freddy Rangkuti (Arif Yusuf Hamali, 2016:107) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities) sekaligus dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Selanjutnya menurut Sondang P Siagian (Bhayu Rama, 2020:20) Analisis SWOT adalah metode untuk meninjau situasi bisnis atau layanan saat ini. Idanya adalah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan layanan, serta menunjukkan dengan tepat peluang dan memperhatikan ancaman. Sedangkan menurut Arif Yusuf Hamali (2016:107) Analisis SWOT merupakan identifikasi yang bersifat sistematis dari faktor kekuatan dan kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman lingkungan luar strategi yang menyajikan kombinasi terbaik diantara keempatnya.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT juga dapat dijabarkan sebagai metode perencanaan strategis yang digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), ancaman (threats).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan penelitian diskriptif, yaitu prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tepat atau apa adanya. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah keunggulan yang dimiliki usaha Rumah Loster di Pringsewu Barat untuk dapat bersaing dengan usaha loster yang lain, dapat diukur berdasarkan harga, kualitas produk, keandalan pengiriman, dan inovasi produk. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strateg perusahaan. Dimana analisis SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Penggunaan analisis SWOT dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor keunggulan bersaing pada usaha Rumah Loster di Pringsewu Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat Berdirinya Warung Kopi Jhon Warung

Kopi Jhon merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang makanan. Warung Kopi Jhon didirikan pada bulan Maret tahun 2019 dan berlokasi di Jl. Melati 3,

Pringombo, Kec. Pringsewu, Kab. Pringsewu, Lampung. Awal mula berdirinya Warung Kopi Jhon yaitu Bapak Amri Yahya melihat adanya peluang jika mendirikan Warung Kopi di Pringsewu dikarenakan melihat banyaknya anak muda di Pringsewu yang juga Pringsewu ini merupakan kota pendidikan. Hal ini lah yang membuat Bapak Amri Yahya tertarik untuk membuka Warung Kopi Jhon sebagai tempat nongkrong, ngobrol santai, dan juga mengerjakan tugas bagi para pelajar dan mahasiswa.

A. Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) yang ada di Warung Kopi Jhon:

Warung Kopi Jhon memiliki beberapa kekuatan yaitu sebagai berikut: Berada di lokasi yang strategis, Memiliki pelayanan yang professional Cepat saji, Menyediakan Wi-fi, Produk yang inovatif, Desain interior yang kekinian Harga makanan dan minuman yang terjangkau. Selain memiliki beberapa kekuatan, Warung Kopi Jhon juga memiliki kelemahan yaitu sebagai berikut: Kurangnya promosi di media social, Pembayarannya yang masih manual, Belum menyediakan live musik sebagai hiburan konsumen.

B. Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Warung Kopi Jhon memiliki beberapa peluang yaitu sebagai berikut: Menu makanan dan minuman yang lebih inovatif, Konsumen terus meningkat, Kepuasan pelanggan, Kebutuhan konten bagi para pelanggan di media sosial. Selain memiliki beberapa peluang, Warung Kopi Jhon juga memiliki beberapa ancaman yaitu sebagai berikut: Munculnya usaha warung kopi yang lain, Tingkat persaingan yang tinggi, Belum bisa memanfaatkan digitalisasi.

Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal, dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Analisis SWOT pada Warung Kopi Jhon

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (Strengths) 1. Berada di lokasi yang strategis 2. Memiliki pelayanan yang profesional	Peluang (Opportunities) 1. Menu makanan dan minuman yang lebih inovatif 2. Konsumen terus meningkat
3. Menyediakan Wi-fi 4. Produk yang inovatif 5. Desain interior yang kekinian 6. Harga makanan dan minuman terjangkau	3. Kebutuhan konten bagi para pelanggan di media sosial
Kelemahan (Weaknesse) 1. Kurangnya promosi di media social 2. Pembayarannya yang masih manual 3. Belum menyediakan live musik sebagai hiburan konsumen	Ancaman (Threats) 1. Munculnya usaha warung kopi yang lain 2. Tingkat persaingan usaha yang tinggi. 3. Belum bisa memanfaatkan digitalisasi

Setelah menemukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha

Rumah Loster, selanjutnya membandingkan antara faktor eksternal peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) dengan faktor internal kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses) kedalam matrik SWOT sebagai berikut:

Tabel.4.2
Matriks Analisis SWOT Pada Warung Kopi Jhon

Internal	Kekuatan (S) 1. Berada di lokasi yang strategis 2. Memiliki pelayanan yang professional. 3. Cepat saji. 4. Menyediakan Wi-fi. 5. Produk yang inovatif. 6. Desaian interieor yang kekinian 7. Harga makanan dan minum yang terjangkau	Kelemahan (W) 1. Kurangnya promosi di media sosial 2. Pembayaran yang masih manual 3. Belum menyediakan live music sebagai hiburan konsumen
Ekstrenal	Peluang (O) 1. Menu makanan dan minuman yang inovatif. 2. Kosumen terus meningkat. 3. Kepuasan pelanggan 4. Kebutuhan konten bagi para pelanggan di media sosial.	Strategi SO 1. Mempertahankan kualitas kepada konsumen. 2. Mempertahankan lokasi usaha diarea yang strategis. 3. Meningkatkan kualitas produk dan selalu berinovasi.
	Ancaman (T) 1. Munculnya usaha warung kopi yang lain. 2. Tingkat persaingan usaha yang tinggi. 3. Belum bisa memanfaatkan digitalisasi	Strategi WO 1. Memanfaatkan media sosial untuk promosi. 2. Melakukan pembayaran dengan orang yang lebih praktis dan tidak lagi secara manual. 3. Menyediakan live music bagi pelanggan yang hobi bernyanyi dan bermusik.
	Strategi TF 1. Memaksimalkan kualitas produk 2. Meningkatkan pelayanan agar semakin puas. 3. Mengembangkan daya saing	Strategi WT 1. Membuka cabang di wilayah lain yang masih sedikit usaha yang sama 2. Memaksimalkan usaha promosi di media sosial untuk menghadapi competitor dengan usaha yang sejenis. 3. Mengembangkan fasilita teknologi untuk pelayanan konsumen

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai Analisis SWOT dalam Sistem Pemasaran Pada Warung Kopi Jhon, dapat disimpulkan bahwa Sistem Pemasaran di Warung Kopi Jhon memiliki beberapa aspek strategi yang dilakukan. Diantaranya sebagai berikut: Strategi S-O memanfaatkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu, mempertahankan kualitas pelayanan kepada konsumen, mempertahankan lokasi usaha di area strategis, dan meningkatkan kualitas produk serta selalu berinovasi. Strategi W-O mengatasi kelemahan yang ada untuk meraih peluang yaitu, memanfaatkan

sosial media untuk promosi produk, melakukan pembayaran dengan cara yang lebih praktis dan tidak lagi manual, dan menyediakan live musik bagi pelanggan yang hobi bermusik dan bernyanyi. Strategi S-T yaitu strategi memanfaatkan kekuatan untuk mengurangi dampak dari ancaman yaitu, memaksimalkan kualitas produk, meningkatkan pelayanan agar semakin professional, menjaga kepercayaan konsumen agar merasa puas, dan mengembangkan daya saing. Strategi W-T merupakan strategi untuk meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman yaitu, membuka cabang baru di wilayah lain yang masih sedikit usaha yang sama, memaksimalkan promosi di sosial media untuk menghadapi kompetitor dengan usaha yang sejenis, dan mengembangkan fasilitas teknologi untuk pelayanan konsumen. Dengan strategi yang diterapkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa sistem pemasaran pada Warung Kopi Jhon dalam kategori baik, dimana strategi yang sudah diterapkan terlaksana dengan baik. Dengan melihat kesimpulan yang ada, maka saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

- 1) Memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada, dan meminimalkan serta ancaman sehingga Warung Kopi Jhon dapat terus meningkatkan strategi pemasaran dan terus berkembang kedepannya.
- 2) Lebih mengoptimalkan pemasaran dari sosial media agar Warung Kopi Jhon bisa dikenal lebih luas.
- 3) Memaksimalkan digitalisasi dalam sistem pembayarannya.

PENGAKUAN

DAFTAR PUSTAKA

- Bhayu Rama, P.D. (2020). Tata Kelola Destinasi Wisata dan Peraturan Perundangan Pariwisata.
- Darmanto dan S. Wardaya. 2016. Manajemen Pemasaran. CV. Budi Utama. Yogyakarta.
- Gede Suardana, SE., M. (2020). Inovasi Produk Olahan Garam dan Pemasarannya Kajian Strategi Pemasaran.
- Handayani, A. (2020). Buku Ajar Manajemen Risiko.
- Moonti, U. 2015. Dasar-Dasar Pemasaran. Interpena. Yogyakarta.
- Rangkuti, F. 2016. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Risqianto, A.D., I. Suroso, dan R. Iskandar. 2018. Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran.
- Rusdi, M. 2019. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan. Saptarini, Atmi. (2019). Manajemen Strategi. CV. Anugrah Utama Raharja. Lampung.
- Siyoto, S. dan M. A. Sodik. 2015. Dasar Metode Penelitian. Literasi Media Publishing. Yogyakarta.
- Sri yati prawitasari. (2012). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing.

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. edited by Planet. Yogyakarta: Pt. Pustaka Baru.

Yulianti, F., Lamsah dan Periyadi, 2019. *Manajemen Pemasaran*. CV. Budi Utama. Yogyakarta.