# BAB III

# ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

Suatu industri berbeda antara satu dan lainnya berdasarkan atas karakteristik ekonomi, situasi persaingan, dan prospek perkembangannya di masa datang. Perubahan berbagai faktor seperti teknologi, ekonomi, pasar dan persaingan akan bergerak mulai dari yang lambat sampai dengan yang cepat. Analisis industri dan persaingan berguna bagi perusahaan untuk dapat menyesuaikan dengan perubahan dan kemudian membentuk kekuatan dalam menghadapi persaingan. Dalam analisis industri, biasanya membandingkan berbagai hal apakah industri ini cukup menjanjikan ataupun sebaliknya. Setelah melakukan analisis industri, nantinya dapat menggunakan informasi tersebut dan mempertimbangkannya.

## Trend dan Pertumbuhan Industri

Bisnis *food and beverages* khususnya pada bisnis kedai kopi merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini. Munculnya berbagai produk minuman dan makanan yang unik, adanya wisata kuliner, dan tren kuliner yang saat ini sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat. Saat ini, masyarakat sangat antusias dengan adanya hal yang baru dan juga hal yang inovatif, termasuk pada hal baru dari produk makanan, cafe, ataupun restauran.

Pangan bukan lagi produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia, pangan saat ini mulai menjadi sebuah gaya hidup baru di kalangan masyarakat. Pangan menjadi sebuah industri kuliner yang memberikan tidak hanya cita rasa tetapi juga menjadi kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi dan berinovasi. Sebab, industri kuliner yang berkembang saat ini juga menyediakan ruang bagi konsumen untuk bisa berkumpul dengan komunitasnya melalui produk yang ditawarkan maupun layanan jasa yang diberikan.

Pasar makanan dan minuman Indonesia sangat menjanjikan dan paling diminati untuk investasi. “Industri makanan dan minuman mempunyai peranan penting dalam pembangunan sektor industri terutama kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri non migas. Industri makanan dan minuman pada tahun 2016 diproyeksikan mengalami pertumbuhan sebesar antara 7,4–7,8%.” [http://www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id/artikel/13987/Komitmen-Peningkatan-Daya-Saing-Industri-Mamin-Nasional-di-Era-MEA) (diakses pada Maret 2019).

## Analisis Pesaing

Perubahan terjadi begitu cepat tanpa mengenal waktu. Oleh karena itu, para pebisnis harus selalu melakukan inovasi-inovasi yang kreatif untuk senantiasa mengembangkan bisnisnya agar tidak kalah dan mampu mengungguli pesaing-pesaing yang ada. Keberhasilan dari usaha pebisnis adalah dapat menganalisis pesaing dengan melihat kelebihan dan kekurangan pesaing. Pesaing merupakan hal yang wajar dan pasti akan dihadapi oleh setiap pebisnis.

Perusahaan membutuhkan informasi-informasi mengenai data perusahaan pesaing guna merencanakan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk bersaing secara efektif. Selain itu, diperlukan juga pembandingan produk, harga, saluran distribusi, dan promosi yang dilakukan perusahaan dengan pesaing terdekat. Hal ini dapat membuat perusahaan mengetahui keunggulan bersaing maupun kelemahannya.

Dari observasi yang dilakukan oleh penulis menetapkan beberapa pesaing potensial. Dalam analisisnya, penulis memilih beberapa faktor yang menjadi acuan dalam menentukan kekuatan dan kelemahan para pesaingnya, yaitu harga, lokasi, kualitas produk dan promosi. Berikut adalah hasil pengamatan dari pesaing-pesaing potensial Nyantai Yuk!*.*

### Tabel 3.1

### Pesaing-Pesaing Potensial

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PESAING** | **KEUNGGULAN** | **KELEMAHAN** |
| *Identic Coffee*  Lokasi : Jl. Cempaka Putih  Raya No. 114  Harga : Rp. 50.000 – Rp.  100.000 | * Tempatnya cukup besar * Minuman dan makanannya cukup enak * Parkirannya luas | * Tempatnya terlalu berisik , seperti tidak ada privasi untuk setiap pelanggan |
| Kampoeng Koffie  Lokasi : Jl. Cempaka Putih  Raya blok Q1 no 9 Harga : Rp. 50.000 – Rp.  100.000 | * Makanan dan minumannya cukup enak * Tempatnya besar ( 2 lantai ) | * Pelayanannya kurang memuaskan, tidak adanya kata sapaan buat pelanggan , pelayan terlalu cuek. |

## Analisis PESTLE

Analisis lingkungan eksternal bisnis mencakup analisis PESTLE ( Politic , Economic , Social , Technology , Legal , dan Environment ) yaitu sebagai alat yang sangat berguna dalam memahami gambaran menyeluruh lingkungan eksternal dimana usaha beroperasi serta mengidentifikasi kesempatan maupun ancaman yang ada disekitarnya. Hal ini berguna agar bisnis dapat memaksimalkan kesempatan yang ada dan dapat meminimalisir risiko atau ancaman.

Dengan memahami segala risiko terkait dengan pertumbuhan atau penurunan usaha , posisi , potensi , dan arahan strategis untuk bisnis , bisnis memiliki kesempatan yang lebih baik untuk dapat berkembang.

Berikut adalah hasil analisis PESTLE dari Nyantai Yuk! yang dilakukan oleh penulis :

1. **Politik ( *Politic* )**

Faktor politik meliputi kebijakan – kebijakan pemerintah , kelompok – kelompok penekan yang berpengaruh , atau kegiatan politik yang dapat mempengaruhi kebijakan organisasi atau kegiatan organisasi.

Nyantai Yuk! terikat dengan Peraturan Pemerintah dalam menjalankan usahanya. Nyantai Yuk! merupakan usaha kecil harus menaati Undang-Undang no 20 tahun 2008 mengenai kriteria usaha dengan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 ( dua milyar lima ratus juta rupiah).

Dalam industri makanan dan minuman, Nyantai Yuk! saat ini memiliki izin usaha perdagangan (SIUP) kecil. Perubahan jenis usaha dapat terjadi sewaktu-waktu jika ada peraturan dari Mentri Perdagangan untuk klasifikasi SIUP.

1. **Ekonomi ( *Economic* )**

Pertumbuhan ekonomi yang meningkat, maka daya beli konsumen juga akan berkembang. Hal ini terjadi ketika pertumbuhan ekonomi yang berdampak positif pada masyarakat maka bisnis juga akan semakin meluas dikarenakan kenaikan pendapatan. Namun, jika yang terjadi sebaliknya maka setiap pengusaha yang ada harus berhati-hati karena dapat ikut berdampak pada bisnisnya. Tingkat pertumbuhan ekonomi yang baik secara tidak langsung akan meningkatkan kebutuhan masyarakat akan makanan yang berujung meningkatnya kekuatan daya beli masyarakat. Hal ini dapat menjadi peluang bagi Nyantai Yuk!.

1. **Sosial ( *Social* )**

Sosial budaya merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan hidup suatu bisnis. Pendirian usaha kedai kopi saat ini semakin menjamur untuk beberapa tahun belakangan ini. Yang menarik minat pelanggan adalah minuman atau makanan yang berkualitas,bervariasi,dan tempat yang nyaman dan tenang. Masyarakat saat ini dimanjakan dengan hal seperti itu. Dengan kondisi tersebut, menjadi sebuah dukungan positif bagi Nyantai Yuk! dimana para masyarakat yang membutuhkan tempat yang tenang dan nyaman. Penulis yakin dengan konsep atau kondisi seperti ini membuat atau menarik para pelanggan.

1. **Teknologi ( *Technology* )**

Perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini memberikan begitu banyak kemudahan bagi masyarakat. Hanya dengan menggerakan jari di atas layar ponsel , masyarakat dapat memesan makanan atau minuman , dapat membayar berbagai tagihan atau mengirimkan sejumlah uang kepada individu lain melalui *internet banking.*

Kemajuan teknologi ini juga dapat dimanfaatkan untuk bisnis kuliner termasuk Nyantai Yuk! untuk meningkatkan penjualan seperti menggunakan *Go-Food*. Dengan bekerja sama dengan pihak *Go-Jek,* konsumen dapat lebih mudah untuk menikmati makanan atau minuman di Nyantai Yuk!. Selain itu di kedai kopi ini , penulis memiliki alternatif pembayaran lainnya seperti menggunakan OVO , *Cashback* , Debit , *Go-Pay*, dengan adanya alternatif pembayaran tersebut membuat para pelanggan menjadi mudah untuk membayar , jadi para pelanggan tidak perlu repot-repot untuk menarik uang. Dengan kemajuan teknologi saat ini dapat membantu bisnis ini berkembang lebih pesat.

1. **Legal**

Dalam menjalankan bisnis Nyantai Yuk! penulis harus memperhatikan peraturan pemerintah. Pemerintah telah membuat peraturan perundang-undangan yang mengatur regulasi perizinan pendirian industri makanan dan minuman. Sebuah usaha bisnis harus memiliki SIUP ( Surau Ijin Usaha Perdagangan ) , SIUP itu sendiri adalah surat ijin yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha perdagangan. Setiap perusahaan , koperasi , maupun usaha perorangan yang melakukan kegiaan usaha perdagangan wajib mempunyai SIUP yang diterbitkan berdasarkan domisili tempat usaha dan berlaku di Indonesia.

Nyantai Yuk! yang bergerak dalam industri makanan diharuskan untuk memperoleh sertifikat halal dari LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika). Serifikat ini harus diperbaharui setiap 2 tahun. Sertifikat ini harus diperoleh Nyantai Yuk! untuk dapat menjalankan usahannya. Tidak adanya sertifikat ini dapat menjadi ancaman bagi Nyantai Yuk!.

Penulis juga harus memperhatikan peraturan pemerintah tentang ketenagakerjaan. Tentang hak dan kesempatan kerja yang sama, jam kerja seorang karyawan, dan hak untuk mendapatkan upah juga harus diperhatikan.

Selain itu dalam sebuah bisnis usaha , aspek legalitas yang dibutuhkan adalah seperti NPWP , BPOM agar bisnisnya berjalan lancar dan tidak terjadi hal – hal yang tidak diinginkan di kemudian hari.

1. **Lingkungan ( *Environment* )**

Faktor lingkungan sangat menentukan apakah bisnis yang didirikan bisa berjalan atau tidak, karena lingkungan sekitar usaha bisnis harus memiliki dampak yang positif bagi keberlangsungan usaha kedepannya, dimana lokasi yang strategis, antusias masyarakat terhadap penjualan produk makanan, dan juga lokasi yang tidak mudah banjir menjadi hal yang perlu diperhatikan bagi pelaku bisnis. Nyantai Yuk! menjalankan bisnisnya dengan bertempat di kawasan pusat perkantoran, Rumah Sakit, Kampus, dan perumahan dan kawasan ini terbilang startegis karena berlokasi di pinggir jalan dan mudah dilihat orang.

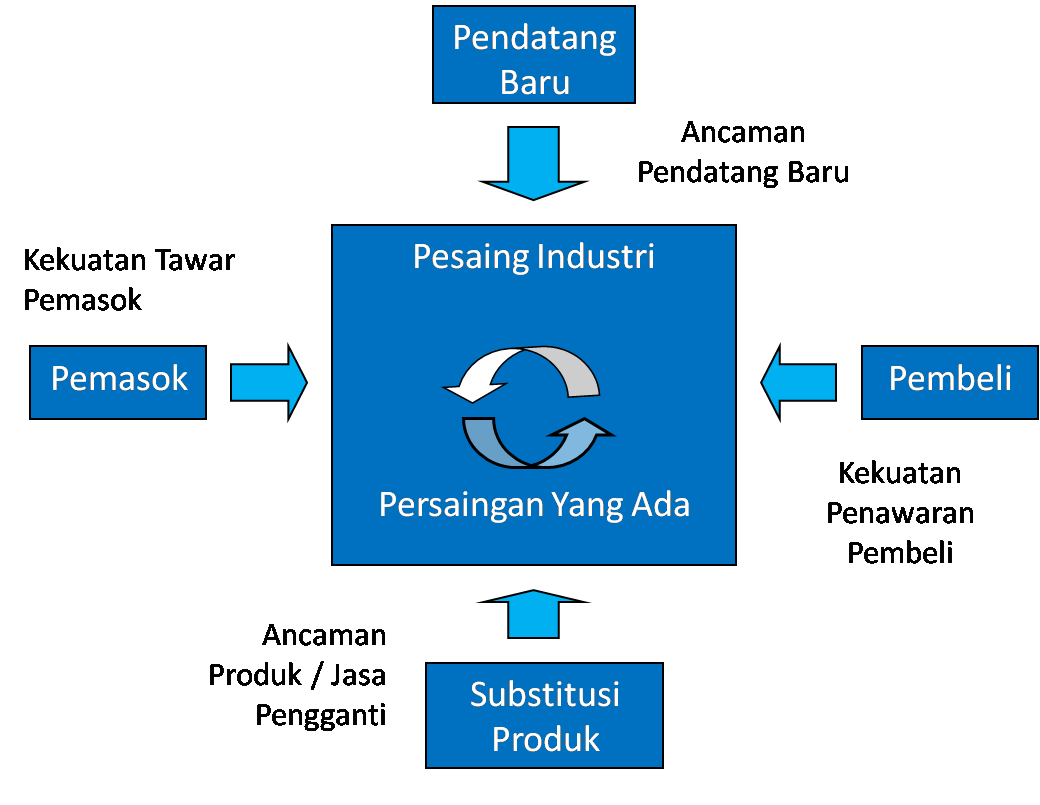
## Analisi Pesaing : Lima Kekuatan Persaingan Model Porter *( Porter Five*

## *Forces Business Model )*

Menurut Fred R. David (2016:229), “*Porter’s five forces model of competitive analysis is a widely used approach for developing strategies in many industries”.* Yang artinya adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri. Berikut ini adalah gambar dari lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industri menurut Porter :

### Gambar 3.1

### *Porter Five Forces Business Model*



**Sumber :** Fred R. David dan Forest R. David ( 2017 : 229 ), *Strategic Management*

* 1. **Persaingan antar perusahaan yang ada**

Dalam dunia bisnis , persaingan merupakan hal yang tidak dapat dihindari antara perusahaan yang memiliki jenis bisnis yang sama. Umumnya persaingan ini terjadi antara perusahaan yang menawarkan produk dan layanan yang sejenis. Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan perlu melakukan analisis pesaing dan menetapkan keunggulan kompetitif yang membuat bisnis mampu bersaing secara optimal dan menjadi *market leader.*

Dalam menjalankan bisnisnya, Nyantai Yuk! akan bersaing dengan *Identic Coffee* dan Kampoeng Koffie. Tingkat persaingan ini cukup tinggi karena masing-masing kedai kopi memiliki keunggulan masing-masing.

* 1. **Potensi masuknya pendatang baru**

Industri makanan kuliner masih sangat potensial untuk dimasuki oleh pesaing baru. Sehingga strategi yang dapat dilakukan oleh penulis adalah dengan menguatkan *brand image* terhadap konsumen dan melakukan inovasi produk sehingga konsumen tetap loyal terhadap produk.

Masuknya pesaing baru dalam bisnis cukuplah besar. Banyak pesaing baru yang bermunculan dengan menawarkan kelebihannya masing-masing. Mengingat modal untuk pembuatan bisnis ini tidak terlalu mahal. Namun, tidak semua dari usaha ini dapat dikenal oleh masyarakat secara umum. Faktor pemasaran menjadi hal penting agar nama perusahaan diingat oleh calon konsumen. Untuk menghadapi persaingan yang terjadi di pasar penulis melakuan beberapa strategi pemasaran untuk merebut pasar yaitu dengan pemasaran melalui media sosial lebih aktif.

* 1. **Potensi pengembangan produk pengganti**

Dalam banyak industri,perusahaan harus bersaing tidak hanya dengan perusahaan dengan produk sejenis,tetapi juga bersaing dengan produk – produk substitusi atau pengganti. Ancaman produk pengganti juga menjadi kendala karena kopi memiliki produk substitusi seperti cokelat dan susu. Untuk itu upaya yang dilakukan Nyantai Yuk! untuk menghadapi ancaman produk pengganti adalah dengan membuat hal dan kesan yang positif di hadapan masyarakat tentang produk yang dijual atau ditawarkan kepada masyarakat.

* 1. **Daya tawar pemasok**

Daya tawar pemasok memberikan pengaruh terhadap intensitas persaingan dalam suatu industri. Baik pemasok maupun produsen ingin memberikan harga yang masuk akal, perbaikan kualitas, dan keuntungan. Dalam hal ini terdapat simbiosis mutualisme atau hubungan yang saling menguntungkan antara pemasok bahan baku dan produsen , sehingga kemitraan dapat terjalin dengan baik.

Nyantai Yuk! sendiri bekerja sama dengan beberapa pemasok bahan baku seperti , biji kopi , susu , sirup , minuman bubuk , packaging dan pemasok bahan baku lainnya. Dengan menjalin hubungan baik dengan para pemasok maka ketersediaan bahan baku dapat terjamin dan stabilitas harga akan terjaga.

* 1. **Daya tawar konsumen**

Konsumen akan mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dengan harga yang sesuai. Untuk itu diperlukan adanya daya tarik khusus untuk konsumen serta mengerahkan layanan yang maksimal untuk konsumen. Dari sisi harga, konsumen saat ini sangat pintar dalam hal membandingkan rasa dan harga dari sebuah produk, sehingga Nyantai Yuk! sangat mengutamakan kualitas rasa yang ditawarkan dengan harga yang masuk akal , terjangkau , dan sebanding dengan apa yang di dapat oleh pelanggan.

## Analisis Faktor – Faktor Kunci Sukses ( *Competitive Profile Matrix* )

Menurut Fred R. David (2016:236) , *“The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm’s major competitiors and its particular streghts and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position”*. Yang artinya CPM adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasikan para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki.

Faktor keberhasilan penting dalam Matriks Profil Kompetitif mencakup baik isu-isu internal maupun eksternal, karenanya peringkatnya mengacu pada kekuatan dan kelemahan, dimana 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatn minor, 2 = kelemahan minor, 1 = kelemahan utama. Beberapa factor kunci keberhasilan penting yang dipertimbangkan oleh kedai kopi Nyantai Yuk! adalah sebagai berikut:

### Tabel 3.2

### *Competitive Profile Matrix* Nyantai Yuk!

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Faktor Kunci Sukses** | **Bobot** | **Nyantai Yuk!** | | **Identic Coffee** | | **Kampoeng Koffie** | |
| **Peringkat** | **Nilai** | **Peringkat** | **Nilai** | **Peringkat** | **Nilai** |
| Cita Rasa Produk & Variasi Produk | 0,24 | 3 | 0,72 | 3 | 0,72 | 2 | 0,48 |
| Lokasi Strategis | 0,2 | 4 | 0,8 | 4 | 0,8 | 4 | 0,8 |
| Brand Terkenal | 0,12 | 2 | 0,24 | 4 | 0,48 | 3 | 0,36 |
| Tempat Nyaman | 0,15 | 4 | 0,6 | 3 | 0,45 | 3 | 0,45 |
| SDM terlatih baik | 0,18 | 4 | 0,72 | 3 | 0,54 | 3 | 0,54 |
| Promo menarik | 0,11 | 3 | 0,33 | 3 | 0,33 | 3 | 0,33 |
| **TOTAL** | **1** |  | **3,41** |  | **3,32** |  | **2,96** |

Sumber : Nyantai Yuk!

Tabel *Competitive Profil Matrix* (CPM) diatas terdiri dari beberapa faktor. Setiap faktor kunci yang ada diberikan sejumlah nilai bobot (*weight)*, di mana semakin besarnya nilai ini menunjukkan bahwa semakin besar juga pengaruhnya. Total nilai dari seluruh pembobotan harus berjumlah satu. *Rating* yang merupakan penilaian dari satu sampai empat untuk masing-masing perusahaan, angka satu menunjukan bahwa perusahaan tidak memiliki kontrol yang baik terhadap faktor tersebut, dan angka empat yang menunjukan perusahaan memiliki kontrol yang sangat baik terhadap faktor tersebut. Dan juga *score* yang merupakan pengkalian antara *weight* dan *rating* dari masing-masing perusahaan, perusahaan yang memiliki total score yang tertinggi adalah perusahaan yang unggul. Untuk nilai bobot yang diberikan berdasarkan dari hasil kuesioner yang penulis buat, dan untuk peringkat yang tertulis berdasarkan dari review pelanggan yang saya lihat di web zomato. Berikut adalah penjelasan mengenai posisi dan pesaing Nyantai Yuk! berdasarkan **Tabel 3.2**, sebagai berikut:

1. **Cita Rasa Produk dan Variasi Produk**

Cita rasa produk dan variasi produk merupakan sebuah hal yang sangat penting di kedai kopi, karena dengan adanya cita rasa itu akan membuat kedai kopi memiliki rasa yang khas dibandingkan kedai kopi lainnya. Dan dengan produk yang bervariasi tidak membuat pelanggan bosan untuk menikmati produk yang disediakan. Dari survey yang sudah dilakukan oleh penulis, faktor cita rasa produk dan variasi produk mendapatkan bobot sebesar 0,24. Walaupun cita rasa produk dan variasi produk merupakan faktor yang menentukan kepuasan pelanggan dalam menikmati produk di kedai kopi, namun masih terdapat faktor–faktor lain yang menentukan keberhasilan suatu kedai kopi.

Kedai kopi Nyantai Yuk! memiliki rating 3 dimana sama dengan rating para pesaingnya, karena setelah dilakukan survey di tempat pesaing, ada beberapa pelanggan yang mengatakan kalau cita rasa terkadang suka berubah–ubah. Bukan berarti kedai kopi Nyantai Yuk! memiliki cita rasa yang berubah-ubah.

1. **Lokasi Strategis**

Lokasi strategis juga sangat penting, karena kalau para pelanggan susah mencari lokasi dari kedai kopi tersebut akan membuat pelanggan jadi malas untuk mencarinya. Selain itu adanya lahan parkir juga dipertimbangkan lagi, kalau lahan parkir yang dimiliki tidak dapat memuat kendaraan yang akan parkir para pelanggan juga kemungkinan bisa jadi malas untuk mampir ke sebuah kedai kopi.

1. **Brand yang terkenal**

Brand merupakan salah satu bagian penting dari suatu produk. Brand bisa menjadi suatu nilai tambah bagi produk maupun sebuah jasa. Nilai tambah ini sangat menguntungkan bagi perusahaan,maka dari itu perusahaan berusaha terus memperkenalkan brand yang dimilikinya dari waktu ke waktu. Faktor brand yang terkenal pada kedai kopi Nyantai Yuk! memiliki peringkat 2, dimana para pesaing lebih unggul. Hal ini wajar,karena para pesaing sudah buka lebih lama dan pasti brand sudah lebih di kenal oleh orang-orang.

1. **Tempat yang nyaman**

Sebuah usaha penting memiliki tempat yang nyaman , karena hal ini bisa menjadi daya tarik pembeli untuk berkunjung untuk ke usaha kita. Dalam faktor ini, kedai kopi Nyantai Yuk! memiliki peringkat 4, dikarenakan kedai kopi Nyantai Yuk! memiliki ruangan khusus yang bisa digunakan untuk meeting atau acara tertentu, jadi lebih *private.* Karena dari hasil survey saat penulis datang ke tempat pesaing ada beberapa pelanggan yang datang sedang *meeting* tetapi merasa terganggu karena suasana yang terlalu ramai.

Selain itu juga tempat yang nyaman bisa dilihat dari adanya lahan parkir yang luas, karena biasa orang-orang malas kalau melihat sebuah toko susah untuk parkir. Karena dari hasil survey saat penulis datang ke tempat pesaing ada beberapa pelanggan yang datang sedang *meeting* tetapi merasa terganggu karena suasana yang terlalu ramai. Selain itu kedai kopi “Nyantai Yuk!” juga memiliki ruangan *indoor* dan *outdoor* juga, jadi apabila ada pelanggan yang ingin merokok bisa di *outdoor* tidak mengganggu pelanggan lainnya.

1. **Sumber Daya Manusia Terlatih baik**

Sumber daya manusia yang buruk dapat menghambat kelancaran bisnis, karena pelayanan terhadap konsumen tidak hanya penting namun begitu vital bagi sebuah bisnis. Karena pelanggan tidak hanya melihat kualitas dari produk yang ditawarkan, namun mereka juga melihat cara kita bersikap kepada mereka, baik atau buruk. Tingkatkan terus pelayanan terhadap pelanggan demi kelancaran dan perkembangan bisnis. Disini kedai kopi Nyantai Yuk! memiliki peringkat 4 dimana lebih unggul dibanding para pesaingnya, karena kedai kopi Nyantai Yuk! akan memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin dimana akan menjelaskan produk-produk yang di pesan oleh pelanggan. Karena setelah penulis survey di tempat pesaing, saat penulis pesan produknya para pekerjanya tidak memberi tahu detail, setelah pesanan datang tidak sesuai seperti yang diperikirakan.

1. **Promosi menarik**

Promosi penting dan berpengaruh besar dalam mengenalkan sebuah produk kepada masyarakat, dengan melakukan promosi maka penjualan akan meningkat dan brand akan mudah dikenal oleh masyarakat. Untuk indikator promosi Nyantai Yuk dan kedua pesaingnya memiliki peringkat yang sama. Karena promosi yang digunakan hampir sama untuk saat ini, tetapi kedai kopi Nyantai Yuk! mencoba untuk selalu intensif dalam hal promosi dan mengenalkan produk ke konsumen.

## **Analisi Lingkungan Eksternal dan Internal ( SWOT Analysis )**

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2017:79), *“An overall evaluation of the company’s strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O), and threats (T).”*

*Strength* adalah kondisi yang menggambarkan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Menganalisis kekuatan diperlukan untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing. Jika kekuatan perusahaan tersebut unggul dalam kualitasnya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih baik.

*Weakness* adalah kondisi yang menggambarkan kelemahan suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Kelemahan yang ada dapat menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan. Jika perusahaan tersebut terdapat kendala pemasaran yang kurang baik , maka perusahaan perlu meneliti kekurangan – kekurangan yang dimiliki dalam bidang pemasaran. Hal ini perlu diperhatikan agar tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dan mundur dibandingkan para pesaing lainnya.

*Opportunities* adalah gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu perusahaan dan gambar tersebut dapat memberikan peluang untuk berkembangnya suatu perusahaan di masa depan. Peluang atau kesempatan ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaam untuk membantu mencapai visi , misi , dan tujuan dalam jangka panjang.

*Threats* adalah gamabran ancaman dari suatu perusahaan dalam menjalankan suatu usaha. Dengan menganalisis ancaman, perusahaan dapat menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan yang dapat menyebabkan kemunduruan suatu perusahaan.

Metode analisis ini sangat bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil dari analisis ini biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan suatu perusahaan. Selain itu , metode ini juga membantu para pebisnis untuk melihat sisi-sisi yang terabaikan atau tidak terlihat dari sebuah perusahaan.

Berikut ini adalah analisis SWOT dari Nyantai Yuk! :

1. **Kekuatan ( *Strength* ) :**
2. Nyantai Yuk! memiliki produk yang bervariasi dan memiliki cita rasa yang khas,dari macam jenis minuman kopi,*Flavour Drinks*, dan minuman teh. Walaupun minumannya hampir sama dengan pesaing, tetapi Nyantai Yuk! menjamin cita rasa dari minumannya, apabila cita rasa yang dimiliki kuat maka kualitas yang dimiliki juga baik. Dengan terjaminnya kualitas produknya, maka akan menghasilkan sebuah minuman yang enak. Selain itu untuk minuman kopi susunya, Nyantai Yuk! memiliki biji kopi yang bervariasi jadi para pelanggan bisa memilihnya sesuai dengan selera. Jadi kopi susu di Nyantai Yuk! berbeda dengan kopi susu di tempat lain.
3. Nyantai Yuk! memiliki lokasi yang strategis, karena berada di pinggir jalan cempaka putih. Di daerah itu juga banyak beberapa perkantoran, rumah sakit, kampus, dan perumahan. Selain itu lahan parkir yang cukup luas, jadi memudahkan para pelanggan dalam parkir kendaraannya.
4. Tempat yang dimiliki kedai kopi ‘Nyantai Yuk!” nyaman, dimana memiliki ruangan *indoor* dan *outdoor*. Dimana *outdoor* bisa digunakan sebagai tempat apabila para pelanggan ingin merokok, jadi asapnya tidak mengganggu pelanggan lainnya.
5. Memiliki sumber daya manusia yang sudah terlatih dengan baik.
6. Memiliki promo yang semenarik mungkin
7. **Kelemahan ( *Weakness* ) :**
8. Nyantai Yuk! belum memiliki brand yang terlalu dikenal oleh masyarakat, jadi kemungkinan brand kalah dengan pesaing yang sudah lebih lama.
9. Nyantai Yuk! masih kurang pengalaman dalam hal manajemen, karena selama ini hanya mengetahui teori dan hal yang simple saja.
10. **Peluang ( *Opportunities* ) :**
11. Di Jakarta banyak masyarakat yang menyukai minuman jenis kopi
12. Adanya inovasi baru dalam kedai kopi , di Nyantai Yuk! ini para pelanggan bisa menikmati minumannya sambil bersantai dengan nyaman dan tenang , selain itu pelanggan bisa membaca buku – buku yang tersedia di mini perpustakaan. Selain itu bisa memilih biji kopinya sesuai dengan selera masing-masing.
13. Nyantai Yuk! memanfaatkan pertumbuhan teknologi dalam menjalankan produksinya. Pertumbuhan teknologi seperti gadget dan media sosial yang sangat marak menjadi peluang bagi Nyantai Yuk! untuk dapat mempromosikan serta memperkenalkan Nyantai Yuk! melalui dunia maya untuk menjaring lebih banyak konsumen.
14. **Ancaman ( *Threats* ) :**
15. Bisnis seperti kedai kopi ini mudah untuk dimasuki oleh pesaing baru , dimana memiliki inovasi dan produk yang lebih menarik.
16. Sudah ada banyak kedai kopi di daerah jakarta , jadi harus lebih gencar dalam melakukan promosi.
17. Kualitas bahan baku utama dalam kedai kopi yang sangat penting adalah biji kopi karena dapat berpengaruh terhadap kualitas rasa minuman kopi yang disajikan kepada pelanggan , maka dari itu pemilihan biji kopi dengan kualitas yang baik sangatlah diperlukan. Kualitas biji kopi yang buruk dapat menjadi sebuah ancaman usaha bagi Nyantai Yuk!, oleh karena itu harus selalu memastikan dan menguji kualitas biji kopi yang mereka gunakan sebelum diolah menjadi minuman untuk dijual kepada para konsumen.

### Tabel 3.3

### Analis SWOT MATRIX

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| SWOT | ***Strenght***   1. Memiliki cita rasa dan produk variasi 2. Memiliki tempat yang nyaman 3. Nyantai Yuk! memiliki lokasi yang strategis. 4. Memiliki promo menarik 5. Sumber Daya Manusia yang terlatih baik. | ***Weakness***   1. *Brand Merk* yang belum dikenal banyak orang. 2. Kurangnya pengalaman dalam hal manajemen. |
| ***Opportunity***   1. Peluang bisnis yang baik , karena banyaknya peminat minuman jenis kopi. 2. Inovasi yang berbeda pada minuman kopi, dan kedai kopi yang dibuat senyaman dan setenang mungkin. 3. Adanya perkembangan teknologi , membuat penulis dapat dengan mudah mempromosikan kedai kopi ini. | **SO**   1. Menjalin kerjasama dan hubungan yang baik dengan pemasok dan pelanggan (S1,S5 O1 ). 2. Menyajikan produk dengan bahan baku yang baik sekaligus berinovasi (S1, S4, O2). 3. Menonjolkan pelayanan yang baik , promosi yang gencar , serta lokasi yang sangat nyaman ( S3,S5,O3 ) | **WO**   1. Melakukan promosi yang gencar agar brand dikenal oleh masyarakat sekitar (W1,O3) 2. Melakukan pelatihan yang serius agar manajemen dapat berjalan dengan (W3,O2) |
| ***Threat***   1. Ancaman dari pesaing lain yang mengikuti ide bisnis ini 2. Sudah banyak pesaing yang membuka kedai kopi. 3. Adanya biji kopi yang tidak sesuai standar di kedai kopi ini. | **ST**   1. Menonjolkan keunikan produk yang berbeda dari pesaing (S1,T1,T2) 2. Memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar yang sudah di tetapkan dan melakukan pengontrolan terhadap biji kopi yang di gunakan, agar minuman kopi selalu disajikan dengan rasa yang enak ( S1,S5,T3 ) | **WT**   1. Setiap pekerja dibekali pengetahuan manajemen agar tidak kalah bersaing dengan pesaing dan selalu dilakukannya evaluasi setiap hari / minggu / bulan (W3,T1). 2. Membangun citra yang baik untuk produk yang dihasilkan (W1,T1,T3) |

Sumber : Kedai Kopi Nyantai Yuk!