

## ANALISIS SWOT DALAM PENENTUAN STRATEGI BISNIS CAFE D'SRUPUT KOTA PADANG

Fauzan Abdilla<sup>1)</sup>. Nila Sovianti<sup>2)</sup>. Shelbila Adita<sup>3)</sup>. Sirotil Hasanah<sup>4)</sup>. Ramdani Bayu Putra<sup>5)</sup>.

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen UPI YPTK Padang  
<sup>1)</sup>[fauzan.abdilla@gmail.com](mailto:fauzan.abdilla@gmail.com), <sup>2)</sup>[soviantinila@gmail.com](mailto:soviantinila@gmail.com), <sup>3)</sup>[Shelbi.adita@gmail.com](mailto:Shelbi.adita@gmail.com),  
<sup>4)</sup>[hasanah080203@gmail.com](mailto:hasanah080203@gmail.com), <sup>5)</sup>[ramdhani\\_bayu@upiyptk.ac.id](mailto:ramdhani_bayu@upiyptk.ac.id)

### Abstract

Strategy management is an important approach in managing an organization to achieve its long-term goals. This involves formulating the vision, mission, and goals of the organization, as well as developing and implementing strategic plans to achieve these goals. The object of this research is Cafe D'Sruput which is a business unit that has many branches in various cities. SWOT analysis is a tool used in strategic management to identify internal and external factors that affect the performance of an organization or a project. SWOT analysis assists organizations in formulating strategies by considering internal strengths and weaknesses, as well as existing external opportunities and threats. The research method used is the SWOT Analysis Technique including IFE, EFE, and TOWS. The IFE matrix shows that Cafe D'Sruput has strong organizational characteristics internally while the EFE matrix shows the weaknesses of cafe D'Sruput, so that cafe D'Sruput can carry out market development, product development and innovate in developing business at cafe D' Sruput

*Keywords: SWOT , Strategy Management, Methods*

### Abstrak

Manajemen strategis adalah suatu pendekatan yang penting dalam mengelola organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Ini melibatkan perumusan visi, misi, dan tujuan organisasi, serta pengembangan dan pelaksanaan rencana strategis untuk mencapai tujuan tersebut. Objek penelitian ini adalah Cafe D'Sruput merupakan unit usaha yang memiliki banyak cabang diberbagai kota. Analisis SWOT adalah alat yang digunakan dalam manajemen strategis untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi atau proyek. Analisis SWOT membantu organisasi dalam merumuskan strategi dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang ada. Metode penelitian yang digunakan adalah Teknik Analisis SWOT meliputi IFE, EFE, dan TOWS. Matrik IFE menunjukkan bahwa Cafe D'Sruput memiliki ciri organisasi yang kuat secara internal sedangkan matrik EFE menunjukkan kelemahan dari cafe D'Sruput, Sehingga cafe D'Sruput bisa melakukan pengembangan pada pasar, pengembangan pada produk serta melakukan inovasi dalam mengembangkan usaha pada cafe D'Sruput.

*Kata kunci: SWOT , Manajemen Strategi, Metode*

## **PENDAHULUAN**

Manajemen strategi adalah suatu rangkaian dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Kepulauan Sumatera khususnya Sumatera Barat merupakan salah satu Provinsi yang sangat potensial untuk dikembangkannya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan konsep dan pengalaman yang ditawarkan oleh cafe "Sruput" kepada pecinta kopi. Sruput Cafe merupakan sebuah kafe yang berfokus pada menyajikan kopi dengan beragam variasi rasa dan aroma yang unik, serta memberikan pengalaman yang menarik bagi pengunjungnya. Selain itu, Sruput Cafe juga menarik pelanggan dengan menyajikan kopi dalam cara penyajian yang unik dan menarik. Dengan menyajikan variasi rasa dan aroma yang kaya, serta memberikan suasana yang nyaman dan pelayanan yang ramah, Sruput Cafe berhasil menarik pelanggan dan memperoleh reputasi yang baik di kalangan pecinta kopi. Cafe ini dapat dijadikan contoh bagi pemilik cafe lainnya yang ingin memberikan pengalaman yang berbeda dan memikat kepada pelanggan mereka.

Cafe D'Sruput beroperasi mulai pukul 09.00 WIB sampai dengan 22.00 WIB. Dimana segala kalangan dapat mengunjungi Cafe D'Sruput saat waktu senggang seperti break lunch, atau sepulang sekolah sambil mengerjakan tugas dari sekolah ataupun kampus.

Memberikan pelayanan yang baik dengan penuh keramahan, sehingga membuat pelanggan nyaman dan membuat pelanggan selalu ingin kembali lagi ke cafe D'Sruput. Harga yang terjangkau, yang memberikan nilai lebih dimata para konsumen. Jumlah dari pengunjung diasumsikan dari kalangan pelajar dari SD, SMP, dan SMA, mahasiswa, bahkan para

pekerja dan orang tua karna harga yang diberikanpun cukup terjangkau untuk semua kalangan. Harga yang diberikan yaitu mulai dari Rp5.000 sampai dengan Rp30.000.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi langsung terhadap cafe Sruput, serta wawancara dengan pemilik cafe dan pelanggan setia. Data yang dikumpulkan meliputi informasi mengenai konsep cafe D'Sruput, menu yang disajikan, serta pandangan pelanggan terkait pengalaman mereka di Sruput Cafe. Data diperoleh dengan melakukan observasi dan wawancara serta melalui pihak-pihak lain yang secara tidak langsung juga memiliki hubungan dengan cafe D'Sruput. Teknik analisis data dalam perumusan dan juga strategi bisnis ini menggunakan analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats).

Tahapan yang dilakukan dalam menganalisis data pada cafe D'Sruput yakni menggunakan matriks IFE, EFE, dan TOWS sehingga dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan pada cafe D'Sruput.

### **\*Visi**

Menciptakan sebuah usaha yang unggul dengan kualitas yang terbaik.

### **\*Misi**

1. Menciptakan kualitas produk yang unggul.
2. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.
3. Menyajikan minuman yang berkualitas dengan harga terjangkau

### **\*Tujuan Usaha**

1. Mencapai keuntungan yang maksimal.

2. Meningkatkan pengalaman dalam melakukan usaha.
3. Mewujudkan kemampuan untuk meningkatkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.
4. Memberikan kepuasan kepada pelanggan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sruput Café telah berhasil menciptakan identitas yang unik dengan konsep yang berbeda dari kafe-kafe lain di sekitarnya. Mereka menawarkan berbagai macam varian rasa kopi, termasuk campuran buah-buahan segar, rempah-rempah, dan bahan-bahan lokal yang jarang ditemukan di tempat lain. Hal ini memberikan pelanggan kesempatan untuk menjelajahi cita rasa baru dan memperluas pengetahuan mereka tentang kopi. Tahap pertama yang dilakukan adalah dengan menentukan faktor internal (kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dan faktor eksternal (peluang (opportunities), dan ancaman (threats)).

#### **1) Strengths (kekuatan)**

1. Harga terjangkau
2. Kualitas baik dan terjamin baik kesehatan maupun kebersihan produk.
3. Terdapat layanan delivery online sehingga masyarakat jauh bisa membelinya.
4. Tempat yang bersih dan nyaman.
5. Pelayanan yang memuaskan.
6. Lokasi strategis.
7. Memiliki menu yang bervariasi.
8. Pengemasan yang aman.

#### **2) Weakness (kelemahan)**

1. Produk mudah di tiru.

2. Harga bahan baku tidak stabil.
3. Faktor tempat juga sangat mempengaruhi kelancaran usaha.
4. Persaingan yang ketat.
5. Ketergantungan pada bahan-bahan alami.
6. Lokasi yang kurang luas.
7. Jam oprasional terbatas.
8. Bahan baku sulit di dapat.

#### **3) Opportunities (peluang)**

1. Terdapat banyak masyarakat khususnya anak muda yang konsumtif terhadap kuliner.
2. Memberikan pelayanan yang bukan hanya layak namun yang terbaik.
3. Permintaan pasar yang selalu meningkat.
4. Membangun hubungan dengan pelanggan.
5. Meningkatkan fasilitas pada cafe d'sruput seperti memperluas area parkir
6. Menjawab permintaan layanan pengiriman misalnya di aplikasi online.
7. Memanfaatkan media sosial dan pemasaran digital
8. Membuka cabang-cabang di tempat yang strategis.

#### **4) Threats (ancaman)**

1. Muncul pruduk baru yang lebih unggul.
2. Kenaikan harga bahan baku karena terbatas.

3. Adanya kompetitor yang lebih di kenal masyarakat.

4. Pesaing tidak sehat.

5. Adanya produk serupa dengan kualitas baik dan harga murah.

6. Perubahan tren konsumen.

7. Kenaikan pajak daerah dan komponen biaya lainnya.

8. Pendapatan yang kurang karna pengaruh cuaca.

Bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal menggunakan skala signifikan dengan nilai 1 = tidak signifikan, 2 = Sedang, dan 3 Sangat signifikan. Berikut hasil penilaian masing-masing faktor internal dan eksternal.

**Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Kunci (Cafe D’Sruput)**

No	Faktor-Faktor Internal	Tingkat Signifikan	Bobot
<b>Kekuatan (Straight)</b>			
1.	Harga menu terjangkau untuk mahasiswa	2	0,05
2.	Kualitas dan kebersihan produk baik	3	0,075
3.	Memiliki layanan online yang baik	3	0,075
4.	Memiliki tempat yang bersih	3	0,075
5.	Pelayanan karyawan yang baik	3	0,075
6.	Lokasi strategis	3	0,075

7.	Memiliki menu yang bervariasi	2	0,05
8.	Pengemasan produk yang aman dan terjamin	3	0,075
<b>Kelemahan (Weakness)</b>			
1.	Produk mudah ditiru oleh pesaing	2	0,05
2.	Harga bahan baku tidak stabil	3	0,075
3.	Pelanggan hanya mahasiswa	1	0,025
4.	Persaingan dagang yang ketat	3	0,075
5.	Ketergantungan terhadap bahan dari pemasok	3	0,075
6.	Lokasi kurang luas	2	0,05
7.	Jam oprasional terbatas	2	0,05
8.	Bahan baku sulit di dapat	2	0,05
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>1</b>

Penentuan bobot didasarkan skala signifikan 3=Signifikan, 2=Sedang, 1=Sangat Tidak Signifikan

**PENETUAN RETING/SCORE Faktor Internal dan Eksternal Kunci (Cafe D’Sruput)**

No	Faktor-Faktor Internal	Score
<b>Kekuatan (Straight)</b>		
1.	Harga menu terjangkau untuk mahasiswa	3
2.	Kualitas dan kebersihan produk baik	5
3.	Memiliki layanan online yang baik	5
4.	Memiliki tempat yang bersih	4
5.	Pelayanan karyawan yang baik	5
6.	Lokasi strategis	5
7.	Memiliki menu yang bervariasi	3
8.	Pengemasan produk yang aman dan terjamin	4
<b>Kelemahan (Weakness)</b>		
1.	Produk mudah ditiru oleh pesaing	3,5
2.	Harga bahan baku tidak stabil	4
3.	Pelanggan hanya mahasiswa	1,5
4.	Persaingan dagang yang ketat	4
5.	Ketergantungan terhadap bahan dari pemasok	3
6.	Lokasi kurang luas	4
7.	Jam oprasional terbatas	3
8.	Bahan baku sulit di dapat	3

No	Faktor-Faktor Eksternal	Score
<b>Peluang (Opportunity)</b>		
1.	Konsumen utamanya adalah anak muda	4
2.	Memberikan pelayanan yang layak dan terbaik	5
3.	Permintaan pasar yang selalu meningkat	4
4.	Membangun hubungan dengan pelanggan	3
5.	Fasilitas kafe baik	2
6.	Pelayanan online yang cepat	4
7.	Pemasaran dengan media sosial	4
8.	Pemilihan lokasi yang strategis pada setiap cabang	4
<b>Ancaman (Threat)</b>		
1.	Muncul produk baru yang lebih unggul	4
2.	Harga bahan baku tidak stabil	3
3.	Adanya kompetitor yang lebih dikenal masyarakat	3
4.	Adanya persaingan dagang tidak sehat	2
5.	Adanya produk serupa dengan harga terjangkau	3
6.	Perubahan trend konsumen	3
7.	Kenaikan pajak daerah dan biaya lainnya	1
8.	Pendapatan berpengaruh pada cuaca	5

Selanjutnya perhitungan dan penilaian matriks IFE dan matriks EFE menggunakan

data dari hasil pembobotan dengan perhitungan skor berdasarkan kepentingan dari penilaian pihak pengelola Kafe diperoleh nilai skor untuk menghitung kedua matriks di atas. Berikut perhitungan kedua matriks IFE dan EFE pada tabel di bawah ini

**MATRIKS IFE**

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Score	Rata-Rata Tertimbang
<b>Kekuatan (Straight)</b>				
1.	Harga menu terjangkau untuk mahasiswa	0,075	3	0,225
2.	Kualitas dan kebersihan produk baik	0,075	5	0,375
3.	Memiliki layanan online yang baik	0,075	5	0,375
4.	Memiliki tempat yang bersih	0,075	4	0,3
5.	Pelayanan karyawan yang baik	0,05	5	0,25
6.	Lokasi strategis	0,075	5	0,375
7.	Memiliki menu yang bervariasi	0,075	3	0,225
8.	Pengemasan produk yang aman dan	0,075	4	0,3

**MATRIKS EFE**

	terjamin			
<b>Kelemahan (Weakness)</b>				
1.	Produk mudah ditiru oleh pesaing	0,05	3,5	0,175
2.	Harga bahan baku tidak stabil	0,075	4	0,3
3.	Pelanggan hanya mahasiswa	0,025	1,5	0,037
4.	Persaingan dagang yang ketat	0,075	4	0,3
5.	Ketergantungan terhadap bahan dari pemasok	0,075	3	0,225
6.	Lokasi kurang luas	0,05	4	0,2
7.	Jam oprasional terbatas	0,05	3	0,15
8.	Bahan baku sulit di dapat	0,05	3	0,15
<b>Total</b>		<b>1</b>	<b>60</b>	<b>3,962</b>

Berdasarkan hasil dari hasil Matriks IFE di atas, diketahui bahwa faktor internal Kafe D’Sruput mempunyai nilai 3,962. Jadi berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam Matriks IFE, total nilai rata-rata tertimbang berkisar antara yang terendah 1,0 dan tertinggi 4,0, dengan rata-rata 2,5. Kesimpulan Kafe D’Sruput Memiliki strategi perusahaan dalam memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan berada di atas rata-rata dan kondisi internal perusahaan cenderung kuat.

No	Faktor-Faktor	Bobot	Score	Rata-Rata
----	---------------	-------	-------	-----------

	Eksternal			Tertimbang
<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>				
1.	Konsumen utamanya adalah anak muda	0,075	4	0,3
2.	Memberikan pelayanan yang layak dan terbaik	0,075	5	0,375
3.	Permintaan pasar yang selalu meningkat	0,075	4	0,3
4.	Membangun hubungan dengan pelanggan	0,075	3	0,225
5.	Fasilitas kafe baik	0,05	2	0,1
6.	Pelayanan online yang cepat	0,075	4	0,3
7.	Pemasaran dengan media sosial	0,075	4	0,3
8.	Pemilihan lokasi yang strategis pada setiap caban	0,075	4	0,3
<b>Ancaman (<i>Threat</i>)</b>				
1.	Muncul produk baru yang lebih unggul	0,05	4	0,2

2.	Harga bahan baku tidak stabil	0,05	3	0,15
3.	Adanya kompetitor yang lebih dikenal masyarakat	0,05	3	0,15
4.	Adanya pesaing dagang tidak sehat	0,05	2	0,1
5.	Adanya produk serupa dengan harga terjangkau	0,075	3	0,225
6.	Perubahan trend konsumen	0,05	3	0,15
7.	Kenaikan pajak daerah dan biaya lainnya	0,025	1	0,025
8.	Pendapatan berpengaruh pada cuaca	0,075	5	0,375
<b>Total</b>		<b>1</b>	<b>54</b>	<b>3,575</b>

Berdasarkan hasil dari hasil Matriks EFE di atas, diketahui bahwa faktor eksternal Kafe D’Sruput mempunyai nilai 3,575. Jadi berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam Matriks EFE, total nilai rata-rata tertimbang berkisar antara yang terendah 1,0 dan tertinggi 4,0, dengan rata-rata 2,5. Kesimpulan Kafe D’Sruput Memiliki strategi yang cenderung Kuat dalam memanfaatkan Peluang dan meminimalkan Ancaman karena nilai EFE berada di atas rata-rata.

**MATRIKS TOWS**

Internal	<p><b>Kekuatan (Strength)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Harga terjangkau</li> <li>Kualitas baik dan terjamin baik kesehatan maupun kebersihan produk.</li> <li>Terdapat layanan delivery online sehingga masyarakat jauh bisa membelinya.</li> <li>Tempat yang bersih dan nyaman.</li> <li>Pelayanan yang memuaskan</li> <li>Lokasi strategis.</li> </ol>	<p><b>Kelemahan (Weakness)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Produk mudah di tiru.</li> <li>Harga bahan baku tidak stabil.</li> <li>Faktor tempat juga sangat mempengaruhi kelancaran usaha ini, karna apabila tempatnya kurang ramai maka permintaan akan sedikit.</li> <li>Persaingan yang ketat.</li> <li>Ketergantungan pada bahan-bahan alami.</li> <li>Lokasi yang kurang luas.</li> <li>Jam oprasional</li> </ol>
Eksternal		

	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki rasa yang unik dan khas.</li> <li>Pengemasan yang aman.</li> </ol>	<p>terbatas</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Bahan baku sulit di dapat.</li> </ol>
<p><b>Peluang (Opportunity)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Terdapat banyak masyarakat khususnya anak muda yang konsumtif terhadap kuliner.</li> <li>Membagikan pelayanan yang bukan hanya layak namun yang terbaik.</li> <li>Permintaan pasar yang selalu meningkat</li> <li>Membangun hubungan dengan pelanggan</li> <li>Meningkatkan</li> </ol>	<p><b>Strategi pengembangan pasar</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan penjualan dan pemasaran produk melalui media online (S3,S5,O2, O4,O6,07)</li> <li>Menyediakan lokasi yang luas dan strategis pada kafe D’Sruput (S4,S6,05,08)</li> </ol>	<p><b>Strategi Integrasi Horizontal</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Melakukan upaya peningkatan pasar yang lebih luas (W3,W4,W6,O1,O4,O5,O8)</li> <li>Selalu menyediakan bahan baku yang berkualitas (W2,W5,W8,O3)</li> </ol>

<p>fasilitas pada cafe d'sruput seperti memperluas area parkir</p> <p>6. Menjawab permintaan layanan pengiriman misalnya di aplikasi online.</p> <p>7. Memanfaatkan media sosial dan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar.</p> <p>8. Membuka cabang-cabang di tempat yang strategis.</p>		
<p><b>Ancaman (Threat)</b></p> <p>1. Muncul produk baru yang lebih unggul.</p>	<p><b>Strategi pengembangan produk :</b></p> <p>1. Memberikan pengemasan pada produk yang</p>	<p><b>Strategi Integrasi Horizontal :</b></p> <p>1. Menyediakan menu yang bervariasi dan cita rasa berbeda dengan produk-produk</p>

<p>2. Kenaikan harga bahan baku karena terbatas.</p> <p>3. Adanya kompetitor yang lebih dikenal masyarakat.</p> <p>4. Pesaing tidak sehat.</p> <p>5. Adanya produk serupa dengan kualitas baik dan harga murah.</p> <p>6. Perubahan tren konsumen.</p> <p>7. Kenaikan pajak daerah dan komponen biaya lainnya.</p> <p>8. Pendapatan yang kurang jika musim hujan.</p>	<p>menarik dan unik (T1, T5, T6, O1,)</p> <p>2. Penerapan harga yang lebih murah dan bersaing (T2, T5, O8)</p>	<p>pesaing (T1, T5, W1, W4)</p> <p>2. Meningkatkan pendapatan dengan memilih bahan baku yang lebih terjangkau dan kualitas yang baik (T2, T8, W2, W5, W8)</p>
---	--	---

## **SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berupa data-data tersebut sehingga diperoleh hasil seperti yang dikemukakan pada bab sebelumnya, dan dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam memasarkan produk kepada konsumen Cafe D'Sruput menerapkan strategi kualitas produk sebagai strategi yang diprioritaskan melalui cita rasa yang tinggi, pemilihan jenis bahan yang asli/murni (tanpa campuran), karakteristik rasa yang keras dan kental, serta metode racikan, takaran, dan juga pengadukan yang semuanya terkordinir dengan efektif. Selain menerapkan strategi kualitas produk dari Cafe D'Sruput juga menggunakan strategi desain produk. Strategi ini direalisasikan melalui labelling dan desain konstruksi kedai itu sendiri. Disamping itu, strategi diversifikasi produk juga diterapkan oleh Cafe D'Sruput. Strategi ini realisasikan dengan disediakannya berbagai produk makanan.

Dan dengan menggunakan ketiga strategi di atas, meliputi : strategi kualitas, desain, dan juga diversifikasi produk berimplikasi positif bagi Cafe D'Sruput, artinya banyaknya pelanggan baru yang berdatangan dan semakin loyalnya pelanggan lama. Dengan ini bisa meningkatkan penjualan dan biaya yang rendah, gabungan keduanya menghasilkan profitabilitas dan pertumbuhan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pendukung kegiatan ini yakni, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang dan seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan ini, sehingga PBL D'Sruput ini dapat berlangsung dengan lancar dan baik. Kami berharap artikel ini dapat menambah wawasan dan bermanfaat bagi pembaca.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Putra, R. A., Putra, R. B., & Fitri, H. (2020).

Analisis SWOT dalam penentuan strategi bisnis Kafe 165 Universitas Putra Indonesia YPTK Padang. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5), 464-476.

Putri, A. A., Dewi, E. G., Cahyati, I., Widiyanti, N., Andriani, V., & Putra, R. B. (2022).

Implementasi Strategi Pemasaran Pada Coffee Shop Alco Di Kota Padang, Sumatera Barat. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 2(1), 385-388.