

---

# STRATEGI BISNIS ERA NEW NORMAL PADA KEDAI KOPI DI SURABAYA (Studi Kasus Pada Beby's Coffee di Jalan Srikana Timur No. 44 Surabaya)

Muhammad Ainun Nasihin<sup>1</sup>, Salma Egita Fitri Subagyo<sup>2</sup>, Shintiya Anggi Erfariani<sup>3</sup>, Siti Ning Farida<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Raya Rungkut Madya No 1, Surabaya, email : [ainunnasihin54@gmail.com](mailto:ainunnasihin54@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Raya Rungkut Madya No 1, Surabaya, email : [salma.subagyo@gmail.com](mailto:salma.subagyo@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Raya Rungkut Madya No 1, Surabaya, email : [shintiyanae98@gmail.com](mailto:shintiyanae98@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Raya Rungkut Madya No 1, Surabaya, email : [siti\\_farida.adbis@upnjatim.ac.id](mailto:siti_farida.adbis@upnjatim.ac.id)

---

## ARTICLE INFO

Article history:

Received 30 September 2020

Received in revised form 2 Oktober 2020

Accepted 10 Oktober 2020

Available online 22 Oktober 2020

---

## ABSTRACT

*This study aims to see and analyze business strategies in the Normal New Era implemented by Beby's Coffee. This research was conducted using the SWOT analysis method (Strengths, Weaknesses, Opportunity, and Threat). This type of research is conducted using qualitative research using a descriptive approach and purposive sampling technique on business owners, employees, visitors of Beby's Coffee. The results were then analyzed using the SWOT method. The results of the analysis that has been carried out by Beby's Coffee show that the business strategy in this new normal era can run smoothly and in balance amid the many competitors. With these competitors, it becomes a challenge for business owners to create innovations to develop their business. Even in the midst of this New Normal Era, Beby's Coffee continues to make the latest innovations by making "Seliter Coffee" products to increase customer appeal.*

**Keywords:** *Business Strategies, Era New Normal IFAS EFAS, SWOT Analysis*

---

## 1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini para pelaku usaha dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam menciptakan usaha mereka agar bisa bersaing dengan para kompetitor baru. Salah satu usaha yang banyak diminati dan trend saat ini adalah pada bidang ritel khususnya pada sektor coffee shop. Bisnis kedai kopi menjadi fenomena dan menjadi daya tarik masyarakat di kota-kota Indonesia saat ini. Coffee shop di Indonesia tidak hanya dimiliki oleh pengusaha kopi individual tetapi juga oleh perusahaan besar (Adiwaluyo, 2016). Pada saat sekarang ini bisnis coffee shop mulai berkembang dan diminati oleh para pebisnis, hal itu dapat dilihat dari banyaknya coffee shop yang ada di Indonesia, mulai dari yang dimiliki oleh pengusaha asing seperti Starbucks, pengusaha local seperti maxx coffe dan bahkan para public figure juga tidak mau ketinggalan

---

*Received September 30, 2020; Revised Oktober 2, 2020; Accepted Oktober 22, 2020*

untuk membuka bisnis coffee shop seperti yang dimiliki oleh Rio Dewanto (Shidqiyyah, 2016). Hal tersebut disebabkan tingginya minat beli para konsumen terutama para pemuda yang tertarik dengan cara penyajian coffee yang unik dan bahkan sudah menjadi gaya hidup para pemuda saat ini.

Di Kota Surabaya sudah terdapat banyak coffee shop yang dapat di jumpai dengan produk dan harga yang hampir sama. Untuk itu para pemilik coffee shop harus bisa memberikan suatu hal atau menerapkan strategi bisnis, seperti melakukan analisis SWOT untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan bisnis dapat dicapai dengan jelas serta dapat segera mengambil keputusan yang tepat dalam menghadapi pesaing serta dapat memberi nilai tambah dan berbeda dengan para pesaing. Salah satu coffee shop yang cukup diminati oleh pelanggan saat ini adalah Beby's Coffee. Beby's Coffee atau Be Better Your Story Coffee ini mulai berdiri pada bulan Agustus tahun 2018. Meskipun terbilang coffee shop baru namun Beby's Coffee ini cukup digemari oleh para pemuda untuk berkumpul di cafe bersama teman untuk sekedar melepas penat atau bagi mahasiswa untuk mengerjakan tugas-tugas mereka. Harga di Beby's Coffee ini juga terbilang cukup terjangkau sehingga konsumen yang datang kesana dapat menikmati kopi dengan harga murah namun dengan pengalaman minum kopi yang nyaman.

Namun, pada awal tahun 2020 ini Indonesia mengalami krisis salah satunya pada sektor bisnis dan perekonomian akibat adanya pandemik Virus Corona atau COVID-19. Sehingga yang selama ini kedai kopi menjadi tempat berkumpul konsumen menjadi terhambat karena adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) serta aturan social distancing yang diterapkan pemerintah, hal tersebut juga mempengaruhi pendapatan coffee shop sebab aktivitas masyarakat yang ingin berkumpul dan pergi keluar rumah dibatasi. Sehingga akibat hal tersebut menyebabkan menurunnya omset yang sangat signifikan pada pendapatan Beby's Coffee.

**Tabel 1. Data Jumlah Pelanggan Beby's Coffee**

Bulan	Jumlah Pelanggan
April 2020	30
Mei 2020	39
Juni 2020	57
Juli 2020	55
Agustus 2020	72

*Sumber : Pemilik Kedai Beby's Coffee*

Pada tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa setiap bulan Beby's Coffee mengalami berbagai kenaikan dan penurunan jumlah pelanggan. Hal tersebut disebabkan oleh jumlah konsumen yang berkunjung serta membeli produk kopi di Beby's Coffee setiap bulannya tidak stabil akibat dampak dari pandemik COVID-19. Namun dalam 3 bulan terakhir Beby's Coffee diketahui mengalami kenaikan jumlah pelanggan. Hal tersebut karena pada bulan Juni pemerintah telah menerapkan Era New Normal yaitu perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal namun dengan tetap menerapkan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan COVID-19. Beby's Coffee memiliki beberapa strategi khusus yang diterapkan dalam Era New Normal dengan tujuan mempertahankan usaha kedai kopinya agar tetap dapat melayani konsumen dengan baik. Dari uraian diatas yang telah dijelaskan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi bisnis era new normal dari Beby's Coffee. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi bisnis dalam *Era New Normal* yang diterapkan oleh Beby's Coffee

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Strategi Bisnis

Joewono (2012:3) menyatakan bahwa strategi bisnis adalah strategi mencapai tujuan yang sering dianalogikan dengan strategi catur, yang dimana sistematisa berfikir, penyusunan rencana, kesiapan melangkah, keberanian mengambil resiko dan gairah untuk memenangkan pertandingan merupakan beberapa karakteristik permainan catur yang relevan dengan praktek pengelolaan bisnis

### 2.2. UMKM

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut menyatakan bahwa Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

*Strategi Bisnis Era New Normal Pada Kedai Kopi Di Surabaya (Studi Kasus Pada Beby's Coffee di Jl. Srikana Timur No.44 Surabaya)*

### 2.3. Penjualan

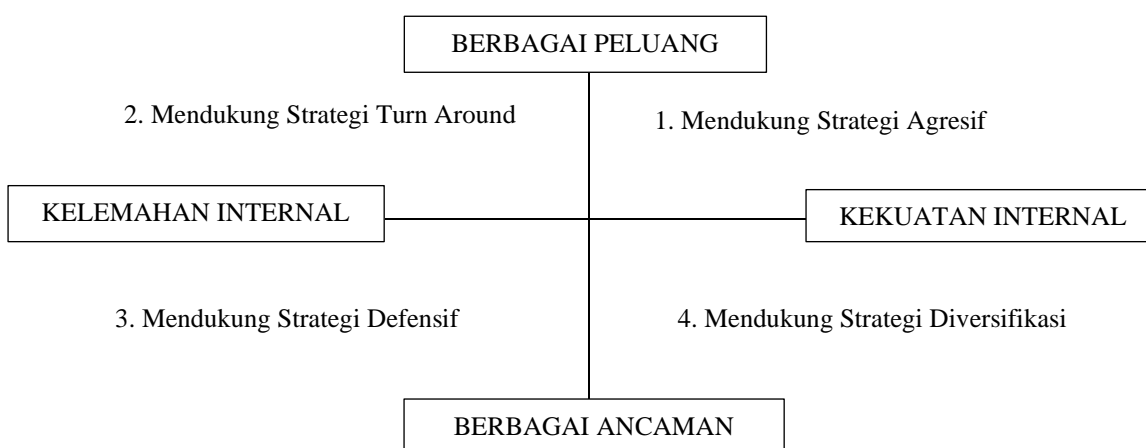
Menurut Basu Swastha dalam Irwan Sahaja (2014:246) menyatakan penjualan adalah suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.

### 2.4. Profit

Menurut Rudianto (2012:18) menyatakan bahwa profit atau laba adalah selisih positif antara total pendapatan dan total beban usaha pada periode tersebut. Jadi profit atau laba adalah selisih antara total pendapatan dan total beban usaha atau imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang atau jasa.

### 2.5. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2014:19) menyatakan 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), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats).



**Gambar 1. Analisis SWOT**

Sumber : Freddy Rangkuti, 2014

Keterangan :

a. Kuadran 1

Ini adalah situasi yang sangat menguntungkan, perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

b. Kuadran 2

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi (pasar/produk).

c. Kuadran 3

Perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi dilain pihak perusahaan menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

d. Kuadran 4

Ini adalah situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Pada tahap ini data dibedakan menjadi dua yaitu data internal dan data eksternal atau yang biasa disebut dengan IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) yaitu tabel yang disusun untuk digunakan sebagai alat analisa yang menyajikan kondisi internal perusahaan untuk menentukan faktor *Strengths* dan *Weakness* yang dimiliki suatu perusahaan dan EFAS (*Eksternal Strategic Factor Summary*) yaitu tabel yang disusun untuk digunakan sebagai alat analisa yang menyajikan kondisi eksternal perusahaan untuk menentukan faktor *Opportunities* dan *Threats* yang dimiliki suatu perusahaan. Berikut ini adalah cara-cara menghitung penentuan IFAS dan EFAS, yaitu sebagai berikut :

a. Susun 5 (lima) masing-masing faktor dari SWOT.

- b. Berikan bobot masing-masing faktor strategis dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting) dengan jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00.
- c. Berikan rating dengan skala yang sama, misalnya 1-5 atau 6-10.
- d. Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dengan nilai bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah)
- e. Jumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh total skor bobot faktor yang dianalisis.

**Tabel 2. Tabel IFAS**

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Kelemahan			
Total			

**Tabel 3. Tabel EFAS**

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Ancaman			
Total			

Model yang digunakan adalah matriks SWOT. Matriks SWOT merupakan alat untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan 4 (empat) kemungkinan alternatif strategis.

**Tabel 4. Matriks SWOT**

IFAS	STRENGTH (S) Tentukan 5 faktor kekuatan internal	WEAKNESS (W) Tentukan 5 faktor kelemahan internal
EFAS	Strategi SO	Strategi WO
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5 faktor peluang eksternal	Strategi ST	Strategi WT
THREATS (T) Tentukan 5 faktor ancaman eksternal		

Sumber : Freddy Rangkuti, 2014

Keterangan :

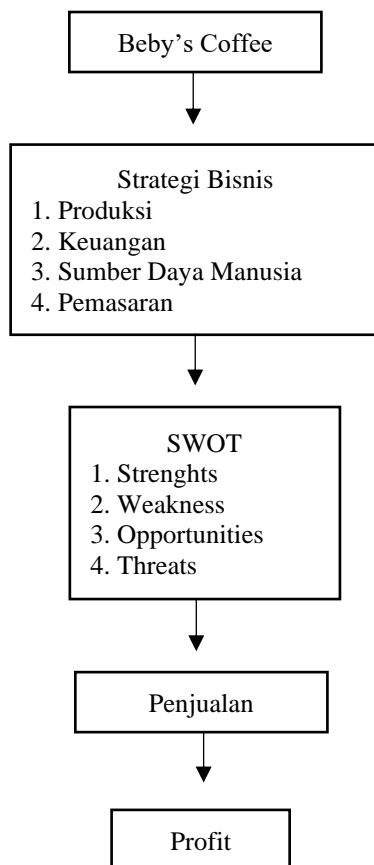
- a. Strategi SO  
Strategi ini dibuat perusahaan dengan tujuan yaitu menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST  
Strategi ini dibuat perusahaan dengan tujuan yaitu menciptakan strategi dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO

Strategi ini dibuat perusahaan dengan tujuan yaitu menciptakan strategi dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi yang dibuat perusahaan dengan tujuan yaitu menciptakan suatu strategi dengan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman yang ada.

## 2.6 Kerangka Berfikir



*Gambar 2. Kerangka Berfikir*

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif karena dalam penelitian ini mendeskripsikan keadaan yang terjadi pada saat sekarang secara sistematis dan faktual dengan tujuan menyimpulkan penyelesaian dari masalah yang diteliti. Dasar pemikiran dalam menggunakan metode penelitian kualitatif adalah karena penelitian ini mengetahui tentang fenomena yang ada dan dalam kondisi yang alamiah bukan dalam kondisi terkendali, laboratorium atau eksperimen. Sehingga peneliti harus terjun langsung ke lapangan bersama objek penelitian sehingga jenis penelitian kualitatif deskriptif sekiranya tepat untuk digunakan.

### 3.2 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik, karyawan dan konsumen pada Beby's Coffee di Jalan Srikana Timur No. 44 Surabaya.

### 3.3 Sampel dan Penarikan Sampel

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pemilik, karyawan dan konsumen. Dan teknik penarikan sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Analisis data menggunakan analisis SWOT yang meliputi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman

(Treaths). Serta menggunakan analisis Data Internal (Strategi Operasional atau Produksi, Strategi Keuangan, Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia, Strategi Pemasaran, Strategi Sistem Informasi dan Manajemen) dan Data Eksternal (Ancaman Pesaing, Ancaman Masuknya Pendetang Baru, Kekuatan Tawar Menawar Pemasok, dan Ancaman Barang Substitusi). Dengan menggunakan analisis data tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis yang digunakan oleh Beby's Coffee.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **4.1 Data Internal**

Data Internal merupakan data yang didapatkan atau diperoleh dari dalam perusahaan atau obyek yang kita teliti seperti strategi produksi, strategi keuangan, strategi manajemen sumber daya manusia, strategi pemasaran dan strategi sistem informasi manajemen.

###### **a. Strategi Operasional atau Produksi**

Dengan adanya pandemi COVID-19 Beby's Coffee sempat mengalami sedikit kendala karena diterapkannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), namun dengan diterapkannya kembali New Normal sehingga dapat membantu Beby's Coffee melakukan oprasional kembali namun dengan menerapkan protokol kesehatan dan social distancing. Agar oprasional tetap berjalan mulai tanggal 4 April 2020 Beby's Coffee membuka kembali kedai kopinya namun dengan ketentuan tidak menerima customer lebih dari 15 orang, serta lebih mengutamakan customer untuk transaksi melalui grabfood, gofood, atau take away sehingga customer tetap bisa menikmati menu dan promo terbaru dari Beby's Coffee dengan aman. Strategi produksi yang dilakukan oleh Beby's Coffee dengan menyajikan produk berbagai jenis kopi dengan takaran yang pas sehingga kopi tidak terlalu pahit. Selain menyediakan menu minuman berupa kopi Beby's Coffee juga menyediakan menu camilan santai seperti kentang goreng dan donat. Sesuai dengan target pasarnya yaitu anak-anak sekolahan, mahasiswa sampai orang pekerja kantoran, maka Beby's Coffee menetapkan harga yang sangat terjangkau sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan namun tidak mengurangi kualitas produk yang ditawarkannya.

###### **b. Strategi Keuangan**

Strategi keuangan dalam usaha bisnis bertujuan untuk memanfaatkan sumber daya keuangan yang mendukung strategi bisnis, baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Kemampuan untuk mengelola keuangan bagi suatu usaha bisnis merupakan aspek yang penting bagi kelanjutan suatu usaha bisnis tersebut, sebab dengan mengatur keuangan yang ada maka suatu usaha bisnis tersebut dapat menjalankan usahanya dengan berkelanjutan. Pengelolaan keuangan pada Beby's Coffee saat ini telah menggunakan pencatatan keuangan melalui sistem komputer. Sehingga setiap terdapat proses pembelian maupun penjualan akan tercatat didalam komputer. Pada laporan keuangan Beby's Coffee telah dibuat laporan keuangan harian maupun bulanan sehingga data-data keuangan dapat tersimpan dan terstruktur dengan baik.

###### **c. Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia**

Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia berkaitan erat dengan tenaga kerja yang sangat membantu kelangsungan dan kelancaran proses produksi suatu barang maupun jasa. Kegiatan perencanaan sumber daya manusia perlu dilakukan untuk menetapkan jumlah tenaga kerja yang nantinya akan dibutuhkan dalam proses produksi. Selanjutnya manajemen sumber daya manusia berarti mengatur, mengurus sumber daya manusia berdasarkan visi perusahaan agar tujuan organisasi atau perusahaan dapat dicapai secara optimal. Oleh karena itu, manajemen sumber daya manusia juga menjadi bagian dari ilmu manajemen yang mengacu kepada fungsi manajemen dalam pelaksanaan proses perencanaan pengorganisasian, staffing, pemimpin dan mengendalikan. Karyawan yang dipekerjakan di Beby's Coffee yaitu berjumlah 8 karyawan dan masing-masing karyawan tersebut bertugas sebagai barista (orang yang membuat kopi) sekaligus mengantarkan pesanan kepada konsumen. Sistem perekrutan karyawan pada Beby's Coffee berdasarkan kemampuan atau keahlian dalam membuat kopi serta kriteria seperti jujur, disiplin dan bertanggung jawab. Sedangkan sistem penggantian karyawan di Beby's Coffee diberikan seminggu sekali atau menggunakan sistem penggajian mingguan.

###### **d. Strategi Pemasaran**

Teknik merumuskan strategi pemasaran meliputi strategi produk (product), strategi harga (price), strategi tempat (place) dan strategi promosi (promotion).

- Produk

Strategi produk yang dilakukan Beby's Coffee selama pandemic COVID-19 yaitu dengan meluncurkan produk kopi terbaru dengan kemasan kopi seliter atau kemasan botol 1 liter yang dapat disimpan di dalam lemari pendingin namun tetap dengan takaran kopi yang pas tidak terlalu manis atau terlalu pahit, sehingga customer yang enggan datang secara berkala ke kedai Beby's Coffee tetap dapat menikmati kopi dari Beby's Coffee dan dapat dinikmati bersama keluarga di rumah. Selain menyediakan menu minuman kopi, Beby's Coffee juga menyediakan menu camilan seperti kentang dan donat.

- **Harga**  
Strategi harga yang digunakan oleh Beby's Coffee yaitu menetapkan harga sesuai dengan target pasar namun tidak menurunkan kualitas dari produk kopi tersebut. Produk/menu Beby's Coffee sangat terjangkau. Seperti menu minuman kopi maupun teh diberi harga mulai 10 ribu rupiah hingga 25 ribu rupiah, sedangkan untuk menu camilan berharga tidak lebih dari 10 ribu rupiah. Beby's Coffee juga terkadang memberikan promo kepada para customer terutama yang melakukan transaksi pembelian melalui delivery (gofood atau grabfood).
- **Tempat**  
Beby's Coffee berlokasi di di Jalan Srikana Timur No. 44 Surabaya. Lokasi kedai kopi ini sangat strategis karena dekat dengan kampus yaitu Universitas Airlangga (UNAIR) dan dekat dengan jalan raya besar sehingga menjadikan tempat yang tepat dan mudah di jangkau atau ditemui oleh mahasiswa.
- **Promosi**  
Strategi promosi yang dilakukan oleh Beby's Coffee adalah dengan melakukan promosi melalui sosial media yaitu Instgaram (@bebys\_coffee), promosi melalui grup "Anak Kopi Surabaya" dengan memberikan poster promosi Beby's Coffee serta memberikan promo dan diskon melalui grabfood atau gofood.

e. **Strategi Sistem Informasi Manajemen**

Strategi Sistem Informasi Manajemen merupakan sistem yang mengelola serta mengorganisasikan data dan informasi yang berguna untuk mendukung pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi. Strategi Sistem Informasi Manajemen pada Beby's Coffee dilakukan saat setelah konsumen memilih pesanan pada menu yang tersedia, kemudian karyawan Beby's Coffee langsung menginput pesanan tersebut pada sistem kasir yang terdapat di Beby's Coffee lalu kemudian konsumen tersebut langsung melakukan proses pembayaran.

#### 4.2 Data Eksternal

Data Eksternal merupakan data yang didapatkan atau diperoleh dari luar perusahaan atau obyek yang kita teliti. Dalam penelitian ini data eksternal menggunakan model teori 5 kekuatan Porter E. Michael yaitu menganalisis tentang itensitas persaingan antara pemain bisnis yang ada saat ini seperti ancaman pesaing dalam industri yang sama, ancaman masuknya pesaing baru, kekuatan tawar-menawar pemasok, ancaman barang substitusi dan daya tawar-menawar konsumen. Berikut adalah hasil analisis faktor eksternal pada Beby's Coffee :

a. **Ancaman Pesaing**

Munculnya banyak pesaing atau kompetitor sejenis, namun hal tersebut dapat membuat Beby's Coffee untuk selalu berinovasi dan memberikan pelayanan serta kualitas produk sebaik mungkin. Ancaman yang sering terjadi pada setiap usaha kuliner yaitu selera konsumen yang cepat berubah sehingga akan menimbulkan rasa bosan. Tetapi Beby's Coffee mempunyai strategi dalam menghadapi apabila konsumen bosan dengan menu minuma kopi yaitu dengan Beby's Coffee memiliki menu makanan antara lain makanan ringan atau cemilan seperti kentang goreng dan donut dengan harga tidak lebih dari 10 ribu rupiah. Beby's Coffee juga menyediakan paket menu hemat yang terdiri dari minuman dan camilan sehingga dapat menarik konsumen dengan harga yang lebih murah. Selain produk dan kualitas makanan yang baik, Beby's Coffee juga memiliki tempat yang strategis sehingga mudah untuk ditemukan oleh konsumen, dan Beby's Coffee juga memiliki tempat yang lumayan nyaman dan luas apabila konsumen yang berkunjung tidak hanya sekedar untuk nongkrong dan menikmati kopi namun jga akan mengadakan rapat kerja atau rapat organisasi. Kelebihan-kelebihan tersebut yang membedakan antara Beby's Coffee dengan pesaing sejenis lainnya dan dapat dijadikan peluang bagi Beby's Coffee untuk memenangkan persaingan konsumen. Berikut terdapat daftar pesaing sejenis dari Beby's Coffee, yaitu :

**Tabel 5. Daftar Pesaing Beby's Coffee**

No.	Kedai Kopi Pesaing	Alamat
-----	--------------------	--------

1.	Start With Coffee	Jl. Dharmawangsa Dalam Selatan (Gedung FEB UNAIR)
2.	Lain Hati	Jl. Dharmawangsa No.96
3.	Janji Jiwa	Jl. Dharmawangsa No.48

b. Ancaman Masuknya Pendetang Baru

Para pendatang baru akan membawa kapasitas atau kemampuan yang lebih dalam menjalankan usahanya untuk merebut pangsa pasar para pesaingnya, apalagi pesaing yang sejenis dengan usahanya. Jika hambatan untuk adanya pendatang baru besar maka pendatang baru tersebut tidak akan terlalu memberikan ancaman yang besar terhadap pesaing sejenisnya. Saat ini Beby's Coffee telah memiliki pesaing pendatang yang sejenis namun pesaing pendatang baru tersebut masih menata strategi persaingannya dan promosinya agar lebih dikenal oleh masyarakat.

c. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Daya tawar pemasok mempengaruhi intensitas pada suatu industri khususnya saat terdapat sejumlah besar pemasok dalam suatu bisnis yang dijalankannya, sehingga hal tersebut dapat memberikan keuntungan usaha tersebut dalam hal tawar menawar kepada para pemasok agar mendapatkan harga pasokan bahan baku yang sesuai antara pihak pemasok maupun pihak yang menjalankan usaha seperti Beby's Coffee. Daya tawar menawar pemasok juga dapat dikatakan sebagai suatu ancaman yang harus dipertimbangkan oleh Beby's Coffee karena Beby's Coffee tentu telah memiliki kontrak tertulis dengan pemasok bahan baku utamanya yaitu kopi, sehingga proses tawar menawar tidak dapat dihindari apabila harga/biaya dari bahan baku tersebut dapat sewaktu-waktu mengalami kenaikan.

d. Ancaman Barang Substitusi

Ancaman pada barang substitusi sangat mempengaruhi kualitas dari produk yang ditawarkan kepada konsumen. Beby's Coffee memiliki produk pengganti apabila konsumen tidak terlalu suka dengan kopi yaitu teh dari Beby's Coffee.

#### 4.3 Analisis SWOT

##### Analisis SWOT Faktor Internal Beby's Coffee

a. Kekuatan (*Strength*)

- Beby's Coffee memiliki menu produk kopi dengan takaran yang pas sehingga rasanya tidak terlalu pahit atau terlalu manis. Beby's Coffee juga menyediakan Kopi Seliter atau kopi dengan kemasan satu liter yang dapat dinikmati *customer* di rumah. Selain menu kopi, Beby's Coffee juga memiliki menu makanan ringan seperti kentang dan donat sebagai menu pendamping. Selain itu untuk konsumen yang tidak terlalu suka dengan kopi, Beby's Coffee juga menyediakan menu teh kekinian yang dinikmati oleh pelanggan.
- Tempat Beby's Coffee yang nyaman dapat digunakan untuk tempat nongkrong atau bahkan digunakan untuk mengerjakan tugas maupun rapat kantor dan organisasi.
- Beby's Coffee menetapkan harga yang sangat terjangkau (10 ribu rupiah sampai 25 ribu rupiah) terhadap menu-menu yang ditawarkannya. Harga terjangkau tersebut sengaja ditetapkan sesuai dengan pangsa pasar Beby's Coffee yaitu anak-anak sekolahan, mahasiswa dan pekerja kantoran.
- Beby's Coffee memiliki tempat/lokasi kedai yang sangat strategis yaitu didekat dengan jalan raya dan dekat dengan kampus sehingga para konsumen yang akan berkunjung dapat dengan mudah menemukan tempat/lokasi Beby's Coffee
- Pelayanan karyawan Beby's Coffee yang baik dan ramah dengan para konsumen seperti contohnya karyawan Beby's Coffee memperbolehkan apabila terdapat konsumen yang ingin membuat kopinya sendiri di bar Beby's Coffee sesuai dengan keinginan mereka.
- Beby's Coffee tetap mengutamakan keselamatan pelanggan dengan mengikuti protokol kesehatan serta menerapkan Social Distancing dengan tidak menerima customer lebih dari 15 orang di dalam kedainya.
- Produk dan promo terbaru Beby's Coffee tetap bisa dinikmati pelanggan dengan melakukan transaksi melalui grabfood, gofood sehingga pelanggan tidak perlu merasa khawatir akan dampak dari Covid-19.

b. Kelemahan (*Weakness*)



- Fasilitas yang dimiliki Beby's Coffee kurang memadai yaitu kurangnya fasilitas kipas angin yang ada sehingga konsumen mengeluhkan kepanasan.
- Kurangnya lahan parkir untuk konsumen yang berkunjung sehingga akan menyebabkan jengangan parkir yang memanjang apabila konsumen ramai. Hal tersebut dapat mengganggu pengguna jalan lain yang akan melewati jalan depan Beby's Coffee.
- Kurangnya kuantitas sumber daya manusia yaitu karyawan pada Beby's Coffee yang akan menyebabkan karyawan lain yang sedang melayani konsumen menjadi kewalahan apabila kunjungan konsumen ramai.

#### Analisis SWOT Faktor Eksternal Beby's Coffee

##### a. Peluang (*Opportunity*)

- Peluang yang dimiliki oleh Beby's Coffee sangat besar karena pada kenyataannya lokasi tempat Beby's Coffee berada didekat dengan jalan raya dan universitas sehingga hal tersebut membuat Beby's Coffee selalu ramai dan tidak pernah sepi pengunjung.
- Karyawan Beby's Coffee rata-rata merupakan teman dari pemilik Beby's Coffee sendiri, hal tersebut dapat menjadi peluang bagi Beby's Coffee untuk mendapatkan pelanggan atau konsumen baru yang direkomendasikan dari karyawan mereka sendiri.
- Budaya minum kopi pada masyarakat yang masih melekat sehingga dapat menjadi peluang bagi Beby's Coffee agar usaha kedai kopinya dapat bertahan dengan memberikan sedikit inovasi agar kopi tetap terasa berbeda dan modern.
- Terdapat fasilitas wifi dan audio music yang membuat konsumen yang sedang berkunjung untuk mengerjakan dan hanya sekedar nongkrong menjadi nyaman berada di Beby's Coffee.

##### b. Ancaman (*Threat*)

- Banyak munculnya pesaing sejenis yang lebih memadai terutama dari segi fasilitas dan dekorasi, sehingga dapat menjadikan ancaman bagi Beby's Coffee apabila tidak melakukan perbaikan secara berkala. Karena konsumen sekarang lebih senang dengan suasana *coffe shop* dengan dekorasi yang unik dan bagus.
- Banyak *Coffee Shop* pesaing sejenis yang juga menyediakan berbagai produk kopi dengan kemasan big size (1 liter) dengan promo yang setara atau lebih besar daripada Beby's Coffee.
- Banyak dijumpai minuman kopi-kopian yang di sediakan oleh *coffe shop* ternama seperti Starbucks, dll. Sehingga apabila Beby's Coffee tidak gencar dalam melakukan promosi maka produk mereka dapat dengan mudah digantikan oleh kompetitor.
- Harga bahan baku kopi yang tidak stabil termasuk ancaman bagi Beby's Coffee, karena pemilik harus memikirkan strategi yang tepat untuk mempertahankan harga produk kopi yang ada apabila harga kopi naik.

#### 4.4 Tahap Analisis Faktor Internal dan Eksternal (IFAS dan EFAS)

##### *Internal Factors Analysis Summary (IFAS)*

**Tabel 6. Tabel IFAS**

No.	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1.	Varias menu banyak	0,12	3	0,36
2.	Kedai kopi yang bersifat multifungsi	0,08	2	0,16
3.	Harga menu yang terjangkau	0,15	4	0,60
4.	Mengikuti dan menerapkan protokol kesehatan pencegahan COVID-19 bagi pelanggan <i>dine-in</i>	0,10	3	0,30

5.	Pelayanan karyawan baik dan ramah	0,12	3	0,36
6.	Memberikan promo untuk transaksi <i>delivery</i> maupun <i>take away</i>	0,20	4	0,80
Sub Total				2,58
<b>Kelemahan</b>				
1.	Fasilitas kedai kopi yang masih kurang memadai	0,10	2	0,20
2.	Keterbatasan lahan parkir	0,08	1	0,08
3.	Kuantitas karyawan kurang	0,05	2	0,10
Sub Total				0,38
<b>Total Skor</b>				<b>2,96</b>

*Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)*

**Tabel 7. Tabel EFAS**

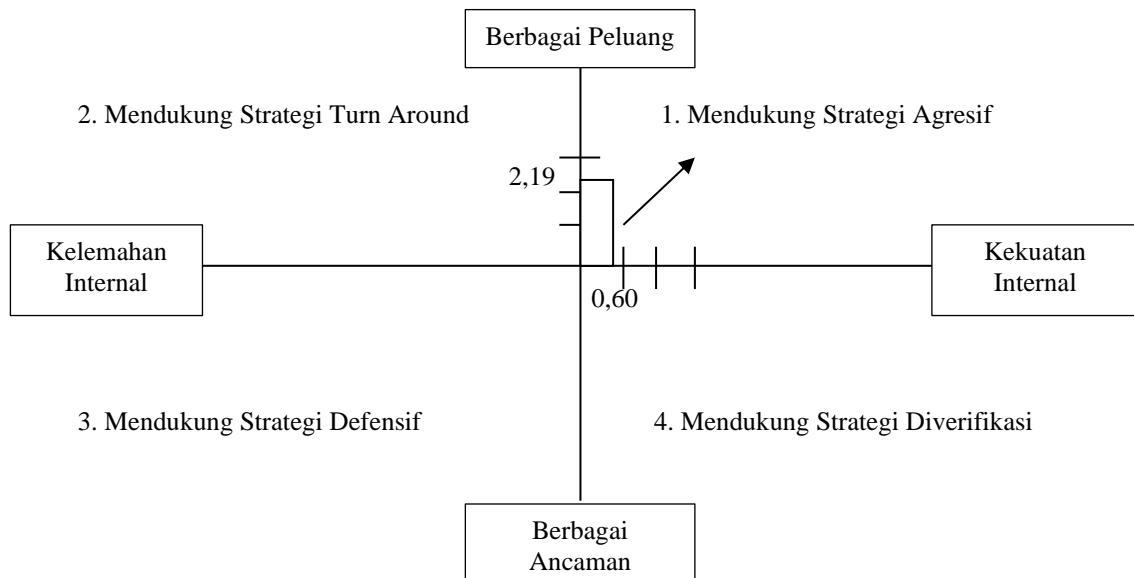
No.	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
1.	Lokasi strategis sehingga mudah ditemukan	0,12	3	0,36
2.	Relasi karyawan	0,08	2	0,16
3.	Kesenangan masyarakat nongkrong sambil menikmati kopi	0,20	4	0,80
4.	Fasilitas <i>wifi</i> dan <i>audio music</i> untuk konsumen	0,10	2	0,20
Sub Total				1,52
<b>Ancaman</b>				
1.	Adanya pesaing sejenis dengan fasilitas yang lebih memadai	0,10	2	0,20

2.	Adanya pesaing sejenis yang menyediakan produk kopi seliter	0,05	4	0,20
3.	Adanya pesaing sejenis yang lebih bermerk (Starbucks, Excelso)	0,15	2	0,30
4.	Harga bahan baku kopi yang tidak stabil	0,20	1	0,20
<b>Sub Total</b>				0,90
<b>Total Skor</b>				<b>2,42</b>

Kesimpulan dari tahap analisis tabel IFAS dan EFAS diatas yaitu faktor strategi internal yang termasuk kekuatan mempunyai total nilai 2,58 dan kelemahan mempunyai total nilai 0,39 sedangkan faktor strategi eksternal yang termasuk peluang mempunyai total nilai 1,52 dan ancaman mempunyai total nilai 0,90. Sehingga masing-masing total dari perhitungan IFAS dan EFAS yaitu 2,96 dan 2,42.

#### 4.5 Tahap Analisis SWOT

Setelah dilakukan wawancara dan observasi terhadap pemilik Beby's Coffee beserta karyawan dan konsumennya maka dapat ditarik kesimpulan hasil kuadran terhadap Beby's Coffee yaitu :



**Gambar 3. Diagram Kuadran Analisis SWOT**

Dari diagram kuadran analisis SWOT diatas dapat diketahui bahwa Beby's Coffee berada di kuadran 1 (satu) yang menunjukkan berada pada situasi yang sangat menguntungkan. Beby's Coffee memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy). Sehingga dapat diketahui bahwa fokus strategi bisnis Era New Normal yang dapat dilakukan oleh Beby's Coffee adalah dengan meminimalkan masalah-masalah internal yang ada pada organisasi usahanya sehingga dapat merebut peluang usaha yang lebih baik agar usahanya dapat terus tumbuh dan bertahan ditengah ancaman para pesaing sejenis yang muncul. Dari total nilai pada masing-masing

faktor diatas, selain dapat digambarkan dalam diagram kuadran analisis SWOT juga dapat digunakan dalam rumusan matriks SWOT yaitu sebagai berikut :

**Tabel 7. Rumusan Strategi Matriks SWOT**

IFAS \ EFAS	STRENGHT (S)	WEAKNESS (W)
OPPORTUNITIES (O)	Strategi SO $2,58 + 1,52 = 4,10$	Stratei WO $0,39 + 1,52 = 1,91$
THREATHS (T)	Strategi ST $2,58 + 0,92 = 3,50$	Strategi WT $0,39 + 0,92 = 1,31$

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik analisis SWO maka dapat diketahui bahwa Beby's Coffee terletak pada kaudran I yang berarti bahwa posisi ini membuktikan sebuah organisasi bisnis yang kuat dan mempunyai banyak peluang yang dimanfaatkan untuk mempertahankan organisasi bisnisnya. Strategi bisnis yang dapat digunakan oleh organisasi bisnis tersebut yaitu strategi agresif yang artinya organisasi bisnis dalam kondisi prima dan dapat bertahan dari ancaman yang ada disekitarnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa organisasi bisnis tersebut memungkinkan untuk melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Strategi bisnis yang dapat diterapkan oleh Beby's Coffee dalam Era New Normal berdasarkan strategi agresif pada kuadran 1 yaitu sebagai berikut :

1. Tetap mempertahankan kualitas produk dan menginovasi produk-produk baru seperti adanya produk Kopi Seliter.
2. Tetap mempertahankan harga produk yang terjangkau maupun promo-promo pada gofood dan grabfood.
3. Memanfaatkan lokasi kedai yang strategis dan mudah ditemukan dengan cara memperluas lahan misalnya lahan untuk parkir agar konsumen yang ingin berkunjung tidak khawatir dengan kendaraannya.
4. Tetap menjaga hubungan baik dengan karyawan agar karyawan merasa nyaman bekerja serta menjaga hubungan baik dengan para pemasok bahan baku produk kopi agar Beby's Coffee tetap mendapatkan bahan baku produk yang baik dengan harga yang sedikit terjangkau.
5. Tetap mempertahankan protokol kesehatan pencegahan COVID-19 dan beberapa peraturan baru yang telah ditetapkan selama Era New Normal agar customer tetap merasa nyaman dan mudah untuk menikmati kopi Beby's Coffee, mempertahankan fasilitas yang sudah ada dan menambah fasilitas yang dirasa masih kurang.

Berdasarkan uraian strategi bisnis Beby's Coffee diatas yang dirasa dapat menjadi salah satu strategi maupun solusi yang dilakukan Beby's Coffee untuk mempertahankan pertumbuhan bisnis kedainya, maka pada posisi kedai yang berada pada kuadran I dengan strategi agresif sehingga dapat diketahui bahwa Beby's Coffee dapat melakukan perluasan usaha bisnis kedai kopinya dengan melakukan pembukaan cabang baru. Dengan melakukan pembukaan cabang baru maka dapat memperluas pasar dari persebaran bisnis kedai kopi Beby's Coffee sendiri sehingga para customer maupun calon customer yang ingin menikmati produk kopi dari Beby's Coffee dengan mudah menjangkaunya. Sama halnya dengan Beby's Coffee juga harus melakukan promosi secara menyeluruh dan merata melalui sosial media ditengah masa Era New Normal ini. Hal tersebut dikarenakan pada masa ini masyarakat lebih memilih untuk tetap berada dirumah dan menghindari kerumunan orang-orang namun mereka masih tetap ingin menikmati kopi untuk mengurangi rasa bosannya. Untuk itu Beby's Coffee diharapkan melakukan berbagai promosi tersebut agar usaha kedai kopinya lebih dilirik oleh masyarakat sebagai calon customer maupun customer tetapnya.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap Beby's Coffee dengan menggunakan analisis SWOT maka kesimpulan yang dapat diambil yaitu sebagai berikut :

1. Melalui analisis SWOT pada penelitian maka diketahui Beby's Coffee dalam Era New Normal ini memiliki kekuatan secara internal dan dapat memanfaatkan peluang yang ada meskipun tetap memiliki kelemahan dan ancaman salah satunya ancaman pesaing dan pendatang baru bagi usahanya.
2. Beby's Coffee juga diketahui berada pada kuadran I yang merupakan berada pada situasi yang sangat menguntungkan sehingga dapat diketahui pula bahwa Beby's Coffee memiliki peluang dan kekuatan seimbang sehingga dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dimiliki oleh Beby's Coffee dengan memanfaatkan peluang yang ada.
3. Hasil dari rumusan strategi matriks SWOT adalah menunjukkan cenderung pada strategi SO. Hal tersebut diketahui karena pada strategi SO memiliki nilai yang paling tinggi yaitu 4,10. Sehingga diketahui bahwa Beby's Coffee dapat menggunakan atau menerapkan strategi SO yaitu :
  - a. Tetap mempertahankan kualitas produk dan menginovasi produk-produk baru seperti adanya produk Kopi Seliter.
  - b. Tetap mempertahankan harga produk yang terjangkau maupun promo-promo pada gofood dan grabfood.
  - c. Memanfaatkan lokasi kedai yang strategis dan mudah ditemukan dengan cara memperluas lahan misalnya lahan untuk parkir agar konsumen yang ingin berkunjung tidak khawatir dengan kendaraannya.
  - d. Tetap menjaga hubungan baik dengan karyawan agar karyawan merasa nyaman bekerja serta menjaga hubungan baik dengan para pemasok bahan baku produk kopi agar Beby's Coffee tetap mendapatkan bahan baku produk yang baik dengan harga yang sedikit terjangkau.
  - e. Tetap mempertahankan protokol kesehatan pencegahan COVID-19 dan beberapa peraturan baru yang telah ditetapkan selama Era New Normal agar customer tetap merasa nyaman dan mudah untuk menikmati kopi Beby's Coffee, mempertahankan fasilitas yang sudah ada dan menambah fasilitas yang dirasa masih kurang.

### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap Beby's Coffee maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis SWOT diketahui kelemahan yang ada pada Beby's Coffee yaitu kurangnya fasilitas yang memadai seperti kipas angin sehingga konsumen merasa kurang nyaman. Kelemahan tersebut dapat diperbaiki dengan menambah kipas angin agar konsumen merasa nyaman dan tidak kepanasan, serta sebaiknya Beby's Coffee memperluas lahan parkir atau membuka cabang baru untuk meminimalkan kondisi semrawut di area kedai kopi tersebut dan yang terakhir Beby's Coffee harus meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen tidak lama menunggu pesannya.
2. Kekuatan yang dimiliki oleh Beby's Coffee sudah mencapai pada kuadran I yaitu pada tingkat yang sudah baik, namun meskipun demikian Beby's Coffee harus mempertahankan kekuatan tersebut untuk memanfaatkan peluang yang ada agar usaha bisnis kedai kopinya semakin berkembang dan dapat memenangkan persaingan pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- [1] Joewono, Handito. *The 5 Marketing: Lima Ide Kreatif Mengoptimalkan Pemasaran*. Jakarta: Arbey, 2012
- [2] Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014
- [3] Rudianto. *Pengantar Akuntansi Konsep dan Teknik Penyusunan Laporan Keuangan*. Jakarta: Erlangga, 2012
- [4] Sahaja, Irwan. *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES, 2012
- [5] Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, cetakan ke-25*. Bandung: Alfabeta, 2015

### Undang-undang :

- [6] Republik Indonesia. Undang-undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.