



## Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Kedai Kopi Bude WM

Fanny Aulia Putri Mursadi<sup>1\*</sup>, Rubi Surya Jaya<sup>2\*</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang  
auliafanny568@gmail.com<sup>1</sup>, rubisurya003@gmail.com<sup>2</sup>

### INFO ARTIKEL

Diterima (Maret 2024)  
Disetujui (April 2024)  
Diterbitkan (Mei 2024)

#### Kata Kunci :

Strategi Pemasaran;  
Penjualan; Warung kopi  
Bude wm; Inovasi;  
UMKM.

#### Keywords:

Marketing Strategi, Sales ,  
Warung kopi, Warung kopi  
bude wm, inovasi ,  
UMKM

### ABSTRAK

Warung kopi bude wm adalah salah satu warung kopi tradisional yang menyediakan aneka makanan dan minuman, mempunyai lokasi yang strategis di lingkungan universitas pamulang. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan masalah . pertama, bagaimana strategi pemasaran pada usaha kedai kopi bude wm . kedua, bagaimana analisis SWOT dalam menentukan strategi yang tepat pada usaha kedai kopi bude wm. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sumber data yang digunakan berupa data primer dari wawancara, serta data sekunder berupa dokumen, jurnal dan sebagainya. Alat analisis yang digunakan yaitu SWOT analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran efektif dalam meningkatkan volume penjualan dan melalui SWOT analysis dapat diketahui adanya pilihan strategi untuk meningkatkan penjualan.

### ABSTRACT

*The classic coffee shop Bude WM Coffee Shop is well-located in the Pamulang University neighborhood and serves a wide selection of food and beverages. As a result, the author is eager to carry out study using a problem formulation. First off, what is the Bude WM coffee shop business's marketing plan? Secondly, how does the Bude WM coffee shop firm decide on the best course of action based on a SWOT analysis? This study employs a qualitative research methodology. Both primary data from interviews and secondary data in the form of documents, journals, and other materials are the data sources that were employed. SWOT analysis is the analytical method employed. The study's findings demonstrate that marketing can boost sales volume and that it can do so by using SWOT analysis.*

## **PENDAHULUAN**

Di dalam era globalisasi ini, kedai warung kopi selalu dibutuhkan oleh kalangan orang dari anak-anak, dewasa, dan tua. Tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat berbagai latar belakang, sosial budaya untuk berkumpul, diskusi, ngobrol santai, dialog warga, opini masyarakat berbagai macam latar belakang, minum bersama untuk mendapatkan suatu informasi bermanfaat yang didapatkan (Prabowo, 2013).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia warung adalah tempat minum kopi yang pengunjungnya dihiburdengan fasilitas seperti wifi dan free charger, atau tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, the dan kue-kue. Minum kopi mungkin merupakan suatu dari sedikit kata kerja yang bisa mewakili banyak aktivitas. Mulai dari menyantap makanan dan minuman, negoisasi bisnis, tukar pikiran dalam pekerjaan, reuni dengan kawan lama, sampai bincang-bincang non formal di pinggir jalan. Minum kopi di warung kopi (ngopi) juga adalah aktivitas yang tak peduli status sosial tanpa membedakan perbedaan jenis kelamin, usia atau apapun yang dapat menjadi penyekat kepopuleran sebutan (ngopi) ini. Kedai warung kopi tidak membedakan pengunjungnya baik laki-laki maupun perempuan, kaya maupun miskin, tua ataupun muda semua bisa beraktivitas di kedai warung kopi. Fenomena hadirnya trend baru dalam minum kopi dewasa ini sebenarnya tidak jauh berbeda dengan minum kopi di warung kopi tradisional. Sebab sudah lama masyarakat Indonesia suka minum kopi.

## **METODE**

Menurut Sugiyono (2018:213), metode penelitian kualitatif adalah metode yang didasarkan pada filsafat dan digunakan untuk menyelidiki kondisi penelitian (eksperimen) dimana peneliti bertindak sebagai instrumen, menggunakan teknik pengumpulan data, dan melakukan analisis yang lebih menyeluruh daripada seorang makna.

Dalam penyusunan makalah ini Penulis menggunakan metode dan beberapa teknik dengan maksud agar memudahkan di dalam pengumpulan data, sehingga susunan makalah ini dapat tersusun dengan lebih baik dan sesuai situasi kondisi. Adapun jenis penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian deskriptif yaitu dengan cara menyajikan gambaran lengkap terkait suatu fenomena sosial dengan mengikut sertakan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah yang sedang diteliti. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode kualitatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran kedai kopi Bude WM**

Menurut Kurtz (2008:42), keseluruhan strategi pemasaran suatu perusahaan adalah pendekatannya untuk mengidentifikasi pasar sasarannya dan mendapatkan kepercayaan pelanggannya dengan menggabungkan unsur distribusi, harga, produk, dan bauran pemasaran.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:64), analisis SWOT adalah pemeriksaan komprehensif terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi. Analisis SWOT digunakan untuk mengkaji kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi suatu bisnis.

### **Analisis lingkungan internal Kedai kopi WM**

Faktor internal adalah faktor yang berhubungan dengan refleksi diri sendiri atau refleksi orang lain dalam suatu organisasi atau proyek bisnis. Faktor ini mempunyai dua kekuatan yang tidak dapat diatasi: kekuatan (strengths) dan kelemahan (weakness).

Salah satu faktor internal yang membantu bisnis mencapai tujuannya adalah kekuatan, atau kekuatan. Kekuatan didefinisikan sebagai rata-rata harian atau kapasitas yang tersedia untuk suatu bisnis yang menjadikannya lebih relatif dibandingkan dengan pesaingnya dalam hal memenuhi

kebutuhan pelanggannya. Kekuatan yang dimiliki kedai kopi bude WM setelah dilakukan penelitian adalah :

1. Harga yang terjangkau bagi konsumen. Menurut konsumen yang sudah diwawancara tentang kedai kopi WM harga di kedai kopi WM masih sangat terjangkau bagi kalangan mahasiswa.
2. Menyediakan tempat yang nyaman bagi mahasiswa untuk beristirahat, nongkrong maupun bersantai.
3. Kedai kopi bude WM juga menyediakan menu yang bervariasi maka mahasiswa yang datang tidak bosan dengan makanan dan minuman yang itu-itu saja.

Kelemahan (weakness) mengacu pada kegiatan organisasi yang tidak dilaksanakan dengan efisiensi yang tepat atau tingkat yang memadai yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki olehnya. Kelemahan adalah keterbatasan/kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya/kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang bebas dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Kelemahan yang dimiliki kedai kopi WM setelah dilakukan penelitian antara lain:

1. Tempatnya kurang nyaman ketika hujan dikarenakan masuknya air hujan kedalam kedai
2. Banyaknya pengamen yang mengganggu sekitar kedai kopi WM mengakibatkan kurang nyaman
3. Lokasi yang berdekatan dengan kebun mengakibatkan banyaknya nyamuk Ketika sudah larut malam dan toilet yang terlalu jauh dari kedai kopi WM.

### **Analisis lingkungan Eksternal kedai kopi bude WM**

Dalam analisis SWOT, faktor eksternalnya adalah peluang (O) dan ancaman (T). Tekanan eksternal mempengaruhi dan menurunkan setiap perusahaan, organisasi, dan individu. Seperti yang diungkapkan Asana, peluang dalam analisis SWOT adalah hasil dari keraguan dan kelemahan diri yang ada. Hal ini terkait dengan inisiatif eksternal apa pun yang akan menempatkan kami pada posisi yang lebih kompetitif dan lebih kuat. Peluang yang dimiliki oleh kedai kopi bude WM setelah dilakukan penelitian adalah :

1. Kualitas produk yang diakui oleh pelanggan yang sering berkunjung. Kualitas produk sangat berpengaruh dengan keberlangsungan bisnis. Dengan kualitas yang bagus konsumen bisa menilai dan merasa puas.
2. Tempat dan lokasi yang sangat strategis di lingkungan Universitas Pamulang. Tempat yang sangat mendukung untuk sekedar berbincang atau beristirahat .

Analisis SWOT berfokus pada area yang berpotensi menimbulkan masalah. Ancaman berbeda dari kelemahan karena berorientasi eksternal dan biasanya terletak di luar kendali ancaman yang dimiliki oleh kopi bude WM setelah dilakukan, penelitian adalah.

1. Banyaknya pesaing di karenakan banyaknya pesaing menjual usaha yang sejenis.
2. Banyaknya kedai kopi yang lain memberikan harga yang lebih murah dari warung bude WM.
3. Hilangnya minat pelanggan, karena banyaknya kedai kopi yang lebih menarik.

### **KESIMPULAN**

Analisis SWOT membantu membuat suatu persoalan pada kedai kopi bude WM dari lingkungan internal yaitu faktor kekuatan (strength) dan faktor kelemahan (weakness) maupun dari lingkungan eksternal usaha itu sendiri yaitu Peluang (opportunities), dan ancaman (threats).

Dengan adanya analisis SWOT ini mampu menyumbangkan berupa hasil analisis yang cukup tajam sehingga pelaku usaha bisnis dapat mempertahankan kekuatan yang dimiliki selama ini yang juga sekaligus dapat menghasilkan keuntungan didasari oleh peluang- peluang yang ada , sambil mengurangi kelemahan yang dimiliki dan juga dapat terhindar dari ancaman-ancaman yang menghampiri.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan, Strategi. In S. Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan, Strategi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- David, F. R. (2014.). Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis. In F. R. David, *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta.: Gramedia Pustaka Utama.
- Statistik., B. P. (2020). In B. P. Statistik., *Pertumbuhan Dan Perkembangan UMKM. BPS. BPS. %22 Badan Pusat Statistik%22Diakses. Oktober 24 2022.*