

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada hakikatnya dalam pembangunan ekonomi bertujuan untuk memperkuat laju perekonomian, pendapatan nasional, dan pertumbuhan ekonomi pada masyarakat. Pembangunan ekonomi ditandai dengan perubahan-perubahan yang membawa berbagai hambatan bagi perkembangan bisnis suatu perusahaan. Tercermin dari tumbuhnya banyak usaha dengan produk sejenis dengan pesaingnya, yang dapat membuat situasi bisnis saat ini tumbuh sangat tinggi sehingga menimbulkan banyak pesaing dalam hal penjualan produk dan konsumen. Perusahaan harus mengetahui di pasar mana produk dan jasa manufaktur ditawarkan. Adanya usaha peningkatan pembangunan ekonomi dapat memberikan peningkatan output kekayaan terhadap masyarakat.¹ Salah satu usaha yang berperan dalam pembangunan ekonomi adalah usaha *coffee shop*.

Coffee shop secara bahasa berarti tempat penjual kopi dengan nuansa modern atau kekinian. *Coffee shop* (kedai kopi) merupakan tempat dimana kita bisa membeli beraneka macam minuman kopi dengan kenyamanan serta fasilitas yang modern.² Perubahan budaya membuat keberadaan *coffee shop* semakin dikenal oleh masyarakat. Peran media dalam sosialisasi kedai kopi menjadi faktor pendorong berkembangnya kedai kopi saat ini.

¹ Dr. Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2016), 22.

² Latifah Ebid, *Panduan Memulai Bisnis Kedai Kopi*, (Yogyakarta: DIVA Press, 2021), 8

Beberapa *coffee shop* tetap dengan idealismenya mempertahankan *coffee shop* hanya untuk menikmati kopi, tidak ada yang lain, namun ada juga *coffee shop* yang menambahkan beberapa inovasi, seperti penambahan fasilitas *wifi hotspot* dan tempat foto. Bisnis *coffee shop* dinilai sangat menguntungkan sebab memiliki pangsa pasar yang luas, perputaran modal yang cepat, serta membangun relasi baru yang dapat memaksimalkan keuntungan.

Di Kelurahan Mojoroto terdapat banyak usaha kuliner khususnya usaha *coffee shop*. Salah satu usaha *coffee shop* yang ada di Kelurahan Mojoroto adalah Loji Cafe. Usaha *coffee shop* ini dipimpin oleh Pak Yayan. Usaha tersebut mulai dibangun sejak 2018. Walaupun saat ini Loji Cafe memiliki tempat di masyarakat, namun terdapat persaingan bisnis yang semakin ketat yang berakibat pada cara atau strategi dalam meningkatkan pendapatannya.

Tabel 1.1
Daftar Usaha Coffee Shop
Di Kelurahan Mojoroto Kota Kediri
Tahun 2023³

No	Nama Usaha	Alamat	Tahun Berdiri
1	Tribe Kopi	Jalan Ahmad Dahlan Nomor 71, Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.	2017
2	JW Internet & Café	Jalan Suparjan Mangun Wijaya Nomor 02, Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.	2018
3	Loji Café	Jalan Jaksa Agung Suprpto Nomor 24-26, Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.	2018
4	Homely Coffee	Jalan Ahmad Dahlan Nomor 82, Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.	2019

³ Hasil Observasi Pada 10 Januari 2023

5	Nusantara Kopi	Jalan Ahmad Dahlan Nomor 114, Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.	2019
6	Kedai Dimar	Jalan Ahmad Dahlan Nomor 78, Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.	2019
7	Kedai Kopi Ewok	Jalan Kawi Nomor 03, Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojorot, Kota Kediri.	2019
8	Warung Brader	Jalan Ahmad Dahlan Nomor 87, Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.	2021
9	Mata Hati Café	Jalan Ahmad Dahlan Nomor 34, Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.	2021

Sumber: Hasil Observasi (10 April 2023)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa persaingan usaha *coffee shop* yang ada di Kelurahan Mojoroto sangat ketat. Dari data di atas Tribe Kopi, Loji Cafe dan JW Internet & Cafe merupakan *coffee shop* yang berdiri pada tahun 2017. Seiring berjalannya waktu pesaing baru muncul dari tahun-ketahun dengan inovasi-inovasi terbaru. Tahun 2019 terdapat Homely Coffee, Nusantara Kopi, Kedai Dimar, dan Kedai Kopi Ewok. Kemudian tahun 2021 terdapat Warung Brader dan Mata Hati Cafe. Dari sembilan usaha *coffee shop* di atas yang memiliki pangsa pasar tinggi adalah Tribe Kopi, Loji Cafe, dan JW Internet & Cafe karena lahir sebagai pelopor. Oleh karena itu peneliti memutuskan untuk memilih Tribe Kopi, Loji Cafe, dan JW Internet & Cafe sebagai data perbandingan. Tiga usaha tersebut memiliki perbedaan dalam menerapkan strategi usaha yang berbeda. Berikut ini tabel data perbandingan *coffee shop* Tribe Kopi, Loji Cafe, dan JW Internet & Cafe.

Tabel 1.2
Data Perbandingan *Coffee Shop*
Di Kelurahan Mojoroto Kota Kediri
Tahun 2023⁴

Data Pemanding	Tribe Kopi	JW Internet & Cafe	Loji Café
<i>Product and price</i> (produk dan harga)	a. Kopi hitam = Rp 4.000 b. Kopi tubruk = Rp 6.000 c. <i>Vietnam drip</i> = Rp 7.000 d. <i>Americano</i> = Rp 8.000 e. <i>Espresso</i> = Rp 8.000 f. <i>Cappuccino</i> = Rp 9.000 g. <i>Mochacino</i> = Rp 9.000 h. Minuman selain kopi harga mulai Rp 3.000 sampai Rp 10.000 i. Makanan dan jajanan harga mulai Rp 3.000 sampai Rp.15.000	a. <i>Cappuchino</i> = Rp 12.000 b. <i>Coffee late</i> = Rp 12.000 c. <i>Redvalved</i> = Rp 12.000 d. <i>Greentea Latte</i> = Rp 12.000 e. <i>Vietnam drip</i> = Rp 8.000 f. Minuman selain kopi harga mulai Rp. 4.000 sampai Rp 15.000. g. Makanan harga mulai Rp 5.000 sampai Rp 11.000	a. <i>Coffee milkshake</i> = Rp 20.000 b. <i>Ice Coffee</i> = Rp 12.500 c. <i>Black coffee</i> = Rp 8.000 d. <i>Hot cappuchino</i> = Rp 12.500 e. <i>Milk Coffee</i> = Rp 12.500 f. <i>Ginger Coffe</i> = Rp 12.500 g. <i>Cinnamon cappuchino</i> = Rp 20.000 h. <i>Lotus Biscoff Latte</i> = Rp 22.000 i. Minuman selain kopi harga mulai Rp 8.000 sampai Rp 18.000 j. Makanan dan jajan harga mulai Rp 8.000 sampai Rp 25.000
<i>Place</i> (Tempat)	Jalan Ahmad Dahlan Nomor 71, Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.	Jalan Suparjan Mangun Wijaya Nomor 02, Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.	Jalan Jaksa Agung Suprpto Nomor 24-26, Kelurahan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri.
<i>Promotion</i> (Promosi)	Whatsapp, instagram, dan grab food.	Instagram, grab food, dan go food.	Whatsapp, facebook, instagram, grab food, go food, dan

⁴ Hasil Observasi Pada 10 April 2023

			shopee food.
--	--	--	--------------

Sumber: Hasil Observasi (10 April 2023)

Berdasarkan tabel 1.2 di atas bisa dilihat data perbandingan tiga *coffee shop* di Kelurahan Mojoroto Kota Kediri. Perbedaan dapat dilihat dari nama, jenis produk hingga harga produk yang dihasilkan. Dapat dilihat dalam tabel produk yang ditawarkan di Loji Cafe lebih banyak. Dalam melakukan promosi pihak Loji Cafe menggunakan media sosial seperti *whatsapp*, *instagram*, *facebook*, *grab food*, *go food*, dan *shopee food*. Berbeda dengan JW Internet & Cafe dan Tribe Kopi yang kurang lengkap dalam memaksimalkan promosinya dimedia sosial. Oleh karena itu peneliti memutuskan untuk memilih Loji Cafe sebagai objek penelitian.

Pandemi merupakan sebuah epidemi yang telah menyebar ke berbagai benua dan negara yang umumnya menyerang banyak orang. Pandemi covid-19 terjadi di Indonesia tanggal 2 Maret 2020. Hingga saat ini WHO sebagai lembaga kesehatan dunia belum bisa memutuskan akhir dari pandemi. Secara global, pandemi Covid-19 telah menunjukkan dampak negatif pada perekonomian di Indonesia. Banyak sekali usaha yang mengalami kerugian salah satunya Loji Cafe. Kondisi ini merupakan dampak langsung dari terhentinya kegiatan perekonomian dikarenakan adanya aturan *social/physical distancing* dari pemerintah yang diberlakukan sebagai protokol kesehatan penanggulangan Covid- 19.

Dalam teori mikro menurut Sadono Sukirno pendapatan dapat diartikan pembiayaan produksi serta jasa, hal ini menunjukkan bahwa semua pendapatan merupakan perolehan yang menyeluruh dari berasal dari faktor produksi dan output

total perekonomian selama periode waktu tertentu.⁵ Memperoleh laba atau pendapatan merupakan tujuan usaha dalam arti sederhana, asumsi sederhana secara ilmu ekonomi murni menyatakan bahwa tujuan dari pelaku usaha dalam menjalankan uahanya adalah dengan memaksimalkan keuntungan yang diterimanya.

Tabel 1.3
Pendapatan Bersih Loji Cafe
Tahun 2019-2021⁶

Tahun	Pendapatan
2019	Rp 786.540.000
2020	Rp 526.790.000
2021	Rp 680.500.000

Sumber: Hasil Observasi (10 April 2023)

Loji Cafe adalah salah satu usaha yang mengalami dampak penurunan pendapatan usaha akibat pandemi Covid-19. Pada tahun 2019 pendapatan bersih yang diperoleh Loji Cafe adalah 786.540.000 per tahun. Pada tahun tersebut Loji Cafe masih belum memiliki banyak pesaing dan belum terjadi pandemi Covid-19. Kemudian pada tahun 2020 pendapatan bersih Loji Cafe adalah Rp 526.790.000 per tahun. Pada tahun ini terjadi pandemi Covid-19 yang mengakibatkan penurunan pendapatan. Ini dikarenakan aturan dari pemerintah *social/physical distancing* yang membatasi kegiatan masyarakat dalam mencegah penularan Covid-19. Peraturan yang ketat tersebut sangat membatasi masyarakat dalam melakukan kegiatnnya untuk keluar rumah. Pada tahun 2021 Loji Cafe memperoleh pendapatan bersih Rp 680.500.000 per tahun. Pada tahun ini Loji Cafe mengalami peningkatan

⁵Sadono Sukirno, *Ekonomi Pembangunan Proses Masalah Dan Dasar Kebijakkan* (Jakarta: Kencana, 2015), 19.

⁶ Hasil Observasi Pada 10 April 2023

pendapatan karena kasus Covid-19 yang sudah mulai turun dan aturan *social/physical distancing* dari pemerintah yang dilonggarkan. Selain itu Loji Cafe juga sudah menjalankan strategi untuk dapat meningkatkan pendapatan dengan melakukan analisis pada kekuatan dan peluang yang dimiliki.

Menurut Rangkuti, analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi dalam perusahaan. Analisis ini terdiri dari empat unsur yaitu, kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*). Dalam menggunakan analisis SWOT disini sebuah perusahaan dapat mengatur strategi dan mengidentifikasi perencanaan dalam menentukan apa yang diinginkan dengan tujuan untuk mempertahankan jangka panjang sebuah perusahaan.⁷

Berdasarkan latar belakang peneliti tertarik untuk meneliti pada *coffee shop* Loji Cafe karena dilihat dari tabel 1.3 mengalami ketidak stabilan pendapatan karena tahun 2020 sampai tahun 2021 sedang dilanda pandemi covid-19 dan strategi yang digunakan oleh Loji Cafe dalam meningkatkan pendapatan usaha pada saat itu belum maksimal. Maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh dengan mengajukan penelitian yang berjudul “**Strategi Pemasaran *Coffee Shop* Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Pendapatan Pasca Covid-19 (Studi Kasus Pada Loji Cafe Kelurahan Mojoroto Kota Kediri)**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti dapat memfokuskan masalah dalam penelitian yaitu:

⁷ Rangkuti Freddy, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: Gramedia Pusaka, 2019), 20.

1. Bagaimana strategi pemasaran *coffee shop* pada Loji Cafe di Kelurahan Mojoroto Kota Kediri dalam meningkatkan pendapatan Pasca Covid-19?
2. Bagaimana analisis SWOT pada Loji Cafe di Kelurahan Mojoroto Kota Kediri dalam meningkatkan pendapatan Pasca Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Dari fokus penelitian di atas tujuan penelitian yang perlu dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran *coffee shop* pada Loji Cafe di Kelurahan Mojoroto Kota Kediri dalam meningkatkan pendapatan pasca covid-19.
2. Untuk mengetahui strategi analisis SWOT pada Loji Cafe di Kelurahan Mojoroto Kota Kediri dalam meningkatkan pendapatan pasca covid-19.

D. Kegunaan Penelitian

Harapan peneliti dari hasil penelitian ini adalah agar mampu memberikan manfaat dari sisi teoretis dan praktisi yang sebagai berikut.

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat memberikan catatan pandangan dan pemahaman bagi peneliti. Selain itu diharapkan penelitian ini kelak dapat dijadikan acuan untuk peneliti lain yang mengambil tema berhubungan dengan strategi promosi dan analisis SWOT.

2. Kegunaan Praktisi

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bisa menjadi motivasi hidup, menambah ilmu pengetahuan, dan menambah pengalaman secara langsung atau nyata mengenai bisnis *coffee shop*.

b. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini semoga bisa dijadikan informasi untuk penelitian selanjutnya untuk menambah wawasan dan referensi pembaca yang berkaitan tentang penerapan Analisis SWOT

c. Bagi Pemilik Usaha

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan dari hasil analisis SWOT yang bermanfaat untuk mengembangkan Loji Cafe dalam meningkatkan pendapatan.

E. Penelitian Terdahulu

Berikut Telaah pustaka yang digunakan penulis sebagai bahan pembanding penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengenai analisis SWOT untuk menentukan strategi bersaing oleh Loji Cafe agar terus berkembang:

1. *Analisis SWOT dan Strategi Keunggulan Bersaing Pada BMT Artha Buana Desa Canggu Kec. Badas Kab. Kediri*. Oleh Nafi'ah Imroatun, mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa pada pengembangan usaha BMT. Artha Buana dalam menerapkan strategi agar tetap maju dan eksis dengan penerapan analisis SWOT dengan strategi bersaing untuk menunjukkan bahwa usaha BMT. Artha Buana ini

memberikan sudut pandang yang baik bagi semua masyarakat. Berdasarkan hasil analisis SWOT BMT Artha Buana diperoleh faktor kekuatan IFE sebesar 1,70 dan faktor kelemahan sebesar 0,75, dan jika ancaman sebesar 0,70 mungkin cukup dibandingkan dengan ancaman yang dihadapi BMT Artha Buana. Dan pengembangan strateginya menggunakan diagram matriks SWOT untuk menunjukkan keunggulan atau daya saing yang dimiliki. Dimana Artha Buana sekarang berada pada posisi di kuadran I.⁸

Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya terletak pada obyeknya penelitian terdahulu di BMT. Artha Buana Desa Canggung sedangkan penelitian penulis di bisnis *coffee shop* pada Loji Cafe.

2. *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam. (Studi Pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu).* Oleh Ulfa Hidayah, mahasiswa Universitas Raden Intan Lampung. Dalam penelitian ini menunjukkan strategi pengembangan usaha pada pengrajin genteng sesuai syariat islam. Dalam penelitian ini usaha genteng mengalami kendala dan ancaman dimana diperlukan strategi alternatif yang bersifat diferensiasi atau perbedaan, intensif, dan integarsi yaitu dengan mempertahankan kualitas produk, memperluas pemasaran, melakukan kerja sama dengan lembaga pemerintah

⁸ Nafi'ah Imroatun, *Analisis SWOT dan Strategi Keunggulan Bersaing Pada BMT Artha Buana Desa Canggung Kec. Badas Kab. Kediri,*'' (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, 2017).

atau organisasi, dan memperbaiki infrastruktur sebagai penunjang pengrajin genteng.⁹

Persamaan penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif dan sama-sama menggunakan metode analisis SWOT yang meliputi unsur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sedangkan perbedaan penelitian ini membahas perspektif ekonomi Islam sebagai tujuan agar strategi yang digunakan tidak menyimpang dari syariat Islam dan untuk penelitian penulis lebih fokus penerapan analisis SWOT untuk pengembangan bisnis *coffee shop* pada Loji Cafe.

3. *Analisis SWOT Dalam Pengembangan Usaha Roti Pada Roti Barokah Di Desa Paokmotong Kecamatan Masbagik Lombok Timur*. Oleh Mely Permatasari, mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis pada roti Barokah di Desa Paokmotong Kecamatan Masbagik Lombok Timur tidak dapat berkembang maju. Dari hasil penelitian ini menunjukkan adanya kendala dalam usaha roti Barokah yang tidak bisa berkembang maju karena faktor permasalahan mengatur keuangan, keterbatasan modal, dan kurangnya kreativitas dan inovasi dalam mengeluarkan brand produk yang dimilikinya.¹⁰

Persamaan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dan menggunakan analisis SWOT sebagai menarik untuk dilakukan dalam

⁹ Ulfa Hidayah, *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. (Studi Pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu), (Skripsi S1, Universitas Raden Intan Lampung, 2018).

¹⁰ Mely Permatasari, *Analisis SWOT Dalam Pengembangan Usaha Roti Pada Roti Barokah Di Desa Paok Motong Kecamatan Masbagik Lombok Timur*, (Skripsi S1, Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram, 2020).

pengembangan sebuah usaha. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek dan lokasi penelitian. Obyek penelitian ini pada usaha roti Barokah di Desa Paokmatong, sedangkan peneliti memilih obyek bisnis *coffee shop* pada Loji Cafe di Kelurahan Mojo Kota Kediri.

4. *Penerapan Analisis SWOT pada Wilton Cafe & Resto*, oleh Arum Jayati dkk, mahasiswa Muhammadiyah Riau. Dalam penelitian ini, dengan menerapkan analisis SWOT di Wilton Cafe & Resto di pusat perbelanjaan Living World Pekanbaru, diidentifikasi kekuatan berikut: lokasi strategis, desain interior yang estetik dan Instagrammable, variasi menu makanan berkualitas tinggi, menu baru dalam pengerjaan, harga terjangkau, promosi media sosial, brand name. Kelemahannya adalah tidak semua orang bisa menikmatinya, dan produk yang tidak bertahan lama tidak diiklankan melalui media televisi. Peluang dari usaha ini adalah lokasi yang terletak di depan pintu masuk yang sering dikunjungi pengunjung, menawarkan beberapa paket menu, memiliki fitur menu. Ancamannya adalah berbagai macam perusahaan makanan, banyak perusahaan sejenis, dan bahan baku yang sulit ditemukan.¹¹

Persamaan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dan menggunakan analisis SWOT yang dilakukan untuk pengembangan sebuah usaha. Perbedaan penelitian ini terletak pada obyek dan lokasi penelitian. Obyek penelitian ini pada Wilton Cafe & Resto di pusat perbelanjaan Living World Pekanbaru, sedangkan peneliti menulis obyek bisnis *coffee shop* pada Loji Cafe di Kelurahan Mojo Kota Kediri.

¹¹ Arum Jayati dkk, *Penerapan Analisis SWOT pada Wilton Café & Resto*, (Jurnal Pendidikan Tambusai Vol. 5 No. 2, 2021).

5. *Analisis SWOT Sebagai Penentu Strategi Pemasaran Pada Café & Resto Azkiya di Desa Gadingrejo Jember* oleh Riska Hidayatul Qodriyah, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat dan kompetitif dengan terlebih dahulu mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan. Hal ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*). Riset menemukan bahwa pilihan strategi pemasaran Resto Azkiya Gadingrejo Jember yang tepat terletak pada peningkatan pangsa pasar, peningkatan kualitas pelayanan, melakukan promosi yang efektif dan tepat sasaran, serta peningkatan kualitas sumber daya manusianya.¹²

Persamaan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dan menggunakan analisis SWOT sebagai penentu strategi pemasaran dalam pengembangan sebuah usaha. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek dan lokasi penelitian. Obyek penelitian ini pada Café & Resto Azkiya di Desa Gadingrejo Jember, sedangkan peneliti menulis obyek bisnis *coffee shop* pada Loji Cafe di Kelurahan Mojoroto Kota Kediri.

¹² Riska Hidayatul Qodriyah, *Analisis SWOT Sebagai Penentu Strategi Pemasaran Pada Café & Resto Azkiya di Desa Gadingrejo Jember*, (Skripsi S1, Universitas Muhammadiyah Jember, 2019).