

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman modern sekarang bisnis makanan atau bisnis kuliner mengalami pertumbuhan yang sangat cepat dan tinggi di dunia (Mandasari *et al*, 2019). Pesatnya pertumbuhan industri makanan dan minuman juga memberikan dampak terhadap tumbuhnya berbagai ide konsep dari bisnis seperti konsep pembuatan tempat yang dibuat bervariasi. Situasi seperti ini menuntut para pelaku bisnis untuk merumuskan sekaligus menerapkan strategi-strategi bisnis agar tidak hanya dapat bertahan dan mengembangkan bisnis yang dijalani namun juga dapat bersaing dalam merebut dan menguasai pangsa pasar yang ada, oleh karena itu strategi menjadi hal penting untuk mencapai keunggulan dalam bersaing dan keberhasilan sebuah usaha. Dalam penentuan strategi untuk bisa bersaing dan menguasai pangsa pasar, pelaku bisnis harus memerhatikan situasi dan kondisi pasar dan menilai kedudukan usaha bisnis di pasar. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara analisis terhadap lingkungan bisnis baik dari lingkungan eksternal maupun lingkungan internal.

Konsumsi kopi di Indonesia selalu meningkat dalam 10 tahun terakhir, hal ini menunjukkan banyaknya masyarakat Indonesia yang gemar meminum kopi dan selain itu bisa membuka peluang usaha bagi pengusaha untuk membuka usaha berbasis kopi. Menurut data dari *International Coffee Organization* sejak tahun 2011 sampai 2021 di Indonesia mengamali kenaikan jumlah konsumsi kopi yang signifikan.

Tabel 1. 1 Data Konsumsi Kopi di Indonesia dari Tahun 2011–2021

Tahun	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Dalam seribu kantong 60kg	3.333	3.667	3.900	4.250	4.417	4.550	4.650	4.750	4.800	4.806	5.000

Data : DataIndonesia.id

Kota Surakarta merupakan kota yang terdapat banyak Universitas baik universitas negeri, swasta, maupun sekolah tinggi. Menurut data pokok Pendidikan (Dapodik) Surakarta tahun 2020 terdapat 6 perguruan tinggi negeri dan 57 perguruan tinggi swasta. Dengan banyaknya jumlah perguruan tinggi tentunya berdampak pada lingkungan disekitar kampus yang terdapat penjual makanan dan minuman dari yang berbentuk warung, kafe, dan pedagang keliling hingga kedai kopi yang

tentunya hal tersebut menjadi peluang besar bagi para pebisnis kuliner yang pangsa pasarnya adalah mahasiswa. Selain itu kota Solo juga merupakan kota yang padat penduduk dan terdapat Supermarket dan *Mall* yang menunjukkan bahwa kota Solo merupakan salahsatu tempat yang menjadi pusat perbelanjaan oleh penduduk dari berbagai kalangan bahkan dari luar kota Solo sehingga memiliki peluang yang besar bagi para pengusaha kedai kopi. Kota Solo juga ramai akan tempat makan salah satunya adalah kedai kopi. Konsumsi kopi oleh masyarakat yang tentunya berdampak terhadap persaingan antar kedai kopi guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen (Alfiana et al, 2020). Jumlah kedai kopi di kota Solo bisa dikatakan cukup banyak, sehingga membuat persaingan antar kedai kopi menjadi semakin ketat dan setiap pemilik usaha kedai kopi harus membuat berbagai macam konsep mengenai usahanya agar dapat menarik banyak konsumen agar usahanya dapat berjalan dengan lancar.

Tabel 1. 2 Jumlah Kedai Kopi Kota Surakarta Tahun 2019

No	Kecamatan	Jumlah	Prosentase
1	Lawean	46	40,71
2	Serengan	8	7,08
3	Pasar Kliwon	3	2,65
4	Jebres	22	19,47
5	Banjarsari	24	30,09
Jumlah		113	100

(Wahyu Trianingsih, 2019)

Berdasarkan data diatas terdapat 113 kedai kopi pada tahun 2019 dan menurut data sensus Surakarta jumlah penduduk di kota surakarta pada tahun 2021 sebanyak 1.045.456 jiwa serta kedai kopi mengalami penambahan jumlah sampai saat ini termasuk kedai Kopi *Ambivert Coffee*, hal ini menunjukkan bahwa kota Surakata banyak diminati oleh pengusaha kedai kopi untuk membuka usaha. Selain itu juga Kedai Kopi *Ambivert* ini berdekatan dengan daerah Boyolali yang terdapat 30 kedai kopi serta di daerah Colomadu sendiri terdapat 20 kedai Kopi. Hal ini mempengaruhi persaingan antar kedai kopi untuk menarik pelanggan sehingga manajemen strategi dalam menjalankan usaha harus dilakukan dengan baik.

Ambivert Coffee merupakan usaha kedai kopi yang berdiri sejak bulan Oktober 2021. *Ambivert Coffee* beralamat di jalan Adi Sumarmo, Gendongan, Kec. Colomadu, Kabupaten Karanganyar. *Ambivert Coffee* terletak dekat dengan kampus 2 Poltekkes Surakarta, kedai ini menyediakan berbagai macam varian kopi mulai dari *expresso*, *cappuccino*, *caffè latte*, *caramel latte*, *ameicano*, tubruk, *Vietnam Drip*, *aeropres*, dan *Japanese V60*. Selain minuman kopi ada juga minuman non kopi seperti *flavour milk*, *chocolate*, *milk joy*, *blue latte*, *aurora*, dan *mood presso*. Selain itu juga ada makanan pendamping yaitu *mix platter* dan *French fries*. Berdasarkan percakapan dengan pemilik kedai

kopi bahwa jumlah pengunjung yang datang ke Ambivert Coffee masih sedikit dan belum mencapai target, yaitu 5% dari target yang dituju yang mana target awal adalah 100 orang perminggu dan jika dilakukan kalkulasi selama kedai buka dari bulan oktober sampai Maret adalah 2000 pelanggan, selain itu tempat yang disediakan juga tidak cukup luas dan tempat parkir yang kurang serta letak kedai yang kurang strategis sehingga masyarakat apalagi mahasiswa tidak banyak yang mengetahui letak kedai tersebut. Fasilitas kedai kopi seperti tempat duduk dan meja juga jumlahnya kurang banyak serta kurang nyaman, dan tata letaknya belum rapi sehingga menyebabkan ketidaknyamanan pelanggan ketika datang. Menu yang kurang bervariasi menjadi salah satu penyebab kurangnya minat pelanggan sehingga menyebabkan sepi kedai kopi tersebut.

Ambivert Coffee perlu meningkatkan jumlah pengunjung agar dapat memertahankan kelangsungan usaha dan mencapai target omset yang dituju. Pada penelitian sebelumnya mengenai strategi pengembangan usaha kedai kopi menggunakan metode SWOT dan QSPM yang sudah dilakukan oleh Komang Listia,dkk pada kedai kopi “Kandera Coffee” yang terletak di Denpasar, Bali pada tahun 2021 menunjukkan beberapa kesamaan keadaan kedai kopi yang menjadi alasan diadakannya penelitian, yaitu kurangnya pelanggan, kurang luasnya tempat parkir, dan variasi menu yang sedikit. Melalui kesamaan permasalahan yang terjadi, diharapkan permasalahan *Ambivert Coffee* bisa teratasi dan target bisa tercapai agar keberlangsungan usaha bisa berjalan dengan baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan oleh peneliti, maka perumusan masalah yang dapat dirumuskan yaitu bagaimana strategi pengembangan usaha kedai kopi “Ambivert Coffee” dengan metode analisis SWOT dan QSPM?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Usaha Kedai Kopi “Ambivert Coffee” dalam mengembangkan usaha.
2. Menentukan posisi kuandran Usaha Kedai Kopi “Ambivert Coffee” berdasarkan analisis SWOT
3. Menganalisis posisi kuandran perusahaan dan menentukan strategi pengemangan usaha Kedai Kopi “Ambivert Coffee” berdasarkan analisis SWOT dan QSPM

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

- 1) Menjadi suatu pengalaman berharga bagi peneliti dalam rangka meningkatkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan.
- 2) Berguna sebagai bahan masukan kepada pemilik kedai kopi untuk mengembangkan usahanya.
- 3) Bermanfaat bagi orang lain yang ingin melakukan penelitian lebih luas dalam meneliti tentang strategi pengembangan usaha

1.5 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dibawah ini dilakukan agar penelitian lebih terarah dan tidak meluas, yaitu:

1. Penelitian dilakukan hanya untuk kedai kopi “Ambivert Coffee” yang terletak di daerah Colomadu, Karanganyar, Jawa Tengah
2. Penelitian ini hanya membahas mengenai strategi pengembangan usaha
3. Penelitian ini hanya memberikan hasil berupa rumusan strategi alternatif mengenai pengembangan usaha.