

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Wawancara

1. Hasil wawancara bersama bapak Yusuf Hasyim (kepala toko kedai kopi matoa)

- **Kekuatan**

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kekuatan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah :

1. Berdasarkan pemilihan lokasi, di mana ketika penulis mewawancarai kepala toko yaitu bapak yusuf hasyim beliau mengatakan “menurut saya kekuatan yang bisa menjadi keunggulan kedai kami ini salah satunya adalah pemilihan lokasi mbak, karena kami memilih lokasi di pusat perbelanjaan yang menjadi titik sentral sungai bahar khususnya di depan sekolahan yang memang usahanya di targetkan untuk anak sekolahan” ujar bapak yusuf hasyim selaku kepala toko kedai kopi matoa sungai bahar.
2. Berdasarkan keunikan kedai, berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan bapak yusuf hasyim beliau mengatakan “keunikan sebuah usaha itu dapat menjadi kekuatan bagi usaha mbak, contohnya seperti yang saya terapkan di mana di kedai ini kami menerapkan konsep alam. di sungai bahar ini jarang sekali sebuah usaha kedai atau cafe mengangkat konsep alam, kemudian kami juga memproduksi kopi sendiri mba kami sangrai kopi sendiri menggunakan mesin dan kopi yang dipakai hasil kebun ibu mertua saya di temanggung, selain itu kami juga menyediakan kapasitas kursi yang besar di bagian lantai atas sehingga dapat digunakan saat terdapat sebuah acara atau event kedai, dan keunikan yang terakhir yaitu kedai kopi kami juga menyediakan barber mba atau tempat potong rambut” ujar bapak Yusuf Hasyim selaku kepala toko kedai kopi matoa sungai bahar.
3. Segmentasi harga, di mana harga yang di tawarkan sangat bersahabat khususnya bagi masyarakat menengah ke bawah ataupun anak sekolahan “kalo tujuan penjualan kami ini sebenarnya utamanya untuk anak sekolahan mbak karena biasanya anak sekolahan suka mengerjakan tugas atau nongkrong di sini jadi kami menerapkan segmentasi harga kami menengah ke bawah kisaran

5.000 – 25.000 agar bisa di jangkau sama anak - anak sekolahan” ujar bapak Yusuf Hasyim selaku kepala toko kedai kopi matoa sungai bahar.

Dari wawancara tersebut maka dapat dilihat bahwasanya kelebihan kedai kopi matoa terdapat di bagian keunggulan lokasi yang dipilih, keunikan konsep yang diterapkan, produksi kopi, serta ukuran kapasitas fasilitas yang ditawarkan, dan yang terakhir adalah harga yang diterapkan di dalam kedai kopi ini terjangkau khususnya bagi anak sekolahan.

- Kelemahan

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kelemahan yang dimiliki oleh kedai kopi matoa adalah

1. Keterampilan, di mana pada wawancara ini bapak yusuf hasyim mengatakan “yang menjadi kelemahan utama sebenarnya itu ada di internal dan eksternal mba karena kami di sini sistemnya adalah rolling, jadi tidak jarang pelanggan yang biasa datang harus menyesuaikan kembali pesanan yang diinginkan karena kan bertemu dengan karyawan baru dan otomatis tidak bisa begitu *enjoy* dengan karyawan yang sebelumnya, terkadang juga karyawan kami ini kurang berpengalaman dalam menghadapi pelanggan jadi ini agak sulit tapi kami terus melatih karyawan mba agar semua karyawan dapat mengerti bagaimana cara menghadapi pelanggan dan lebih mendapatkan pengetahuan jika berada di bagian publik seperti melayani kemauan pelanggan” ujar bapak Yusuf Hasyim selaku kepala toko kedai kopi matoa sungai bahar.
2. Area parkir, di mana dalam wawancara ini bapak yusuf hasyim mengatakan “lahan parkir juga menjadi kelemahan kami mbak karena lahan parkir kami ini kan di pinggir jalan dan kurang lebar sehingga kadang jika kedai rame kami agak kebingungan juga untuk mengarahkan parkir dan alhasil pinjam lahan parkir toko sebelah ini lah mba, sebenarnya kalau pikiran kami dulu hanya motor jadi harusnya mungkin sangat cukup, tapi gak jarang pelanggan bawanya mobil jadi sepertinya kami harus memikirkan juga lahan parkir mobilnya sih” ujar bapak *yusuf hasyim* selaku kepala toko kedai kopi matoa sungai bahar.

Dari wawancara yang penulis lakukan dapat dilihat bahwasanya kekurangan dari kedai kopi matoa yaitu berada di bagian eksternal dan internal baik pelanggan atau karyawan, selain itu kelemahan selanjutnya berada pada

area parkir yang kurang luas sehingga membuat pelanggan kesusahan saat ingin memarkirkan kendaraan.

- Peluang

Dapat di lihat dari wawancara, peluang yang dimiliki oleh kedai kopi matoa adalah :

Dimana dalam wawancara bapak yusuf hasyim mengatakan ”yang menjadi peluang kami ini yang pertama adalah kami sering mengadakan kolaborasi dengan umkm lokal mba yang tujuannya sebagai ajang memperkenalkan produk, selain itu karena kami membuka kedai di sentral bahar khususnya di depan sekolahan mba, jadi orang sering lewat dan bahkan mampir khususnya anak sekolah atau orang orang kantor jadi kami merasa kedai kami ini di lihat lah sama orang orang yang lewat, kami juga percaya akan produk kami mba karena seperti yang saya bilang tadi kami produksi dan bahan yang digunakan hasil kami sendiri jadi bisa dikatakan memang kami sudah memiliki pemasok bahan yang pasti mba, yang terakhir melihat daya keinginan masyarakat bahar ini mba karena jika di lihat-lihat masyarakat sungai bahar ini membutuhkan tempat tempat bersantai khususnya selain di dalam rumah kan ya” ujar bapak Yusuf Hasyim selaku kepala toko kedai kopi matoa sungai bahar.

Dapat dilihat dari wawancara yang dilakukan bahwa peluang yang diambil oleh kedai matoa adalah karena adanya lokasi yang strategis, produksi yang aman, serta keinginan masyarakat yang terus berkembang seperti keinginan mendapatkan tempat bersantai selain di rumah. sehingga kedai ini mengambil peluang dengan cara memberikan wadah bagi keinginan masyarakat tersebut untuk menarik perhatian masyarakat khususnya kalangan anak muda.

- Ancaman

Dapat dilihat dari wawancara dengan bapak yusuf hasyim beliau mengatakan “hal yang mengancam dalam usaha kami ini ada di saat wabah covid kemaren mba, soalnya kami benar-benar mengalami penurunan penjualan karena jumlah pembeli menurun pesat mbak, pada saat itu kan masyarakat juga takut untuk keluar rumah kan jadi kedai juga sepi dan jam kerja pun kami pangkas karena adanya aturan jam malam, bisa dilihat juga dari perubahan perilaku pembeli kaya gini mba jadi kami lumayan agak merugilah karena adanya wabah ini” ujar bapak Yusuf Hasyim selaku kepala toko kedai kopi matoa sungai bahar.

Dapat dilihat dari wawancara ini bahwasanya ancaman yang dialami oleh kedai kopi matoa berada pada masa-masa wabah covid 19, sehingga hal ini membuat perubahan perilaku pembelian masyarakat yang dampaknya sangat terkena pula oleh bagian penjualan kedai kopi matoa.

2. Hasil wawancara bersama Maudy Fara Paraswari (karyawan kedai kopi matoa)

- Kekuatan

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kekuatan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“menurut saya kelebihan dari kedai kopi matoa ini tempatnya nyaman kak dan bisa dijadikan tempat berkumpul juga kan ya, selain itu lokasinya strategis juga kak, produk kopi juga bisa bersaing dan kami memiliki pemasok sendiri kak, selain itu fasilitas kami juga sudah lengkap kak dengan harga jual yang relatif murah juga dari kalangan menengah ke bawah” ujar Maudy Fara Paraswati selaku barista kedai kopi matoa sungai bahar.

- Kelemahan

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kelemahan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kalo menurut saya kelemahan di kedai kopi matoa itu berada pada respon pelayanan kak karena kan kaya saya sendiri barista perempuan gitu jadi kalo misalnya untuk merespon cepat pelanggan agak susah ya kak cuma kami coba kasih yang terbaik sih kak, strategi pemasaran yang masih biasa aja juga kak salah satu kekurangan kami khususnya dalam promosi gitu kak” ujar Maudy Fara Paraswati selaku barista kedai kopi matoa sungai bahar.

- Peluang

Dapat dilihat dari hasil wawancara, peluang yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kalo menurut saya peluang yang diambil kedai kopi matoa ada di kopinya kak karena kebetulan disini kami mengolah dan roasting kopi sendiri menggunakan mesin kak jadi ada beberapa kafe di sini juga beli dari kami kak, selain itu kami juga punya pemasok kopi pasti juga kak” ujar Maudy Fara Paraswati selaku barista kedai kopi matoa sungai bahar.

- Ancaman

Dilihat dari hasil wawancara, ancaman yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kalo menurut saya untuk ancaman yang paling kelihatan banget itu berada pada pesaing bisnis si kak, kaya sekarang ini kan banyak banget tuh kedai kopi jadi kayak tentu saja itu salah satu ancaman dari kedai kita dan memacu kita untuk tetap bisa bersaing dengan bisnis yang ada” ujar Maudy Fara Paraswati selaku barista kedai kopi matoa sungai bahar.

3. Hasil wawancara bersama Al Ghofur (karyawan kedai kopi matoa)

- Kekuatan

Dilihat dari hasil wawancara, kekuatan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kalau menurut pribadi saya mbak keunggulan dari kedai kopi matoa ini berada pada tempatnya yang menarik, tempatnya juga strategis, dan produk kopi yang unggul” ujar Al Ghofur selaku karyawan kedai kopi matoa sungai bahar.

- Kelemahan

Dilihat dari hasil wawancara, kelemahan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kalo untuk kelemahan mungkin ada pada pelayanan ya mba karena ada beberapa pelayan yang mungkin belum bisa mendapatkan dan mengerti maksud pelanggan sehingga hal itu mungkin bisa diolah kembali supaya karyawan lebih ramah dan tidak malu dalam bertanya untuk memvalidasi keinginan pelanggan” ujar Al Ghofur selaku karyawan kedai kopi matoa sungai bahar.

- Peluang

Dilihat dari hasil wawancara, peluang yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kalo peluang yang diambil kedai kopi matoa ini utamanya pada kopi mba karena kami ini roasting dan menjual kopi sendiri bahkan kami juga sering mengolah kopi dari kedai-kedai kopi di sini mba” ujar Al Ghofur selaku karyawan kedai kopi matoa sungai bahar.

- Ancaman

Dilihat dari hasil wawancara, ancaman yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kalo untuk ancaman kami berada pada perkembangan pesaing mba apalagi sekarang ada beberapa kafe juga di bahar kan jadi kami memang harus lebih ekstra lagi dalam memperhatikan toko dan pelanggan juga, selain itu ancamannya mungkin ada pada teknologi mba karena kami masih manual khususnya dalam sistem pembayaran” ujar Al Ghofur selaku karyawan kedai kopi matoa sungai bahar.

4. Hasil wawancara bersama Sinta Dyah Ariani (pelanggan kedai kopi matoa)

- Kekuatan

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kekuatan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

1. Lokasi yang strategis dan nyaman,” saya tidak mengetahui secara detailnya ya mba, tapi menurut saya karena tempatnya yang nyaman dan strategis sehingga mungkin itu yang menjadi hal unggulannya” ujar Sinta Dyah Ariani selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.
2. Produk kopi yang bervariasi, “menurut saya untuk menu di kedai kopi ini sangat bervariasi ya mba sehingga saya sendiri kadang bingung untuk memilih menyanya, di kedai kopi matoa sendiri kan ada kopi, ada green tea, ada strawberry,dll juga kan ya” ujar Sinta Dyah Ariani selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.
3. Fasilitas yang memadai, “kalo menurut saya sangat memadai dan fleksibel ya mba karena selain ada bagian outdoor dan indoor juga sehingga kalo musim lagi gak menentu gini kita masih bisa untuk datang kesana serta kapasitas kursi juga banyak” ujar Sinta Dyah Ariani selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.
4. Harga yang relatif murah, “di sini harganya relatif murah atau standard mba karena masih bisa anak sekolahan atau pelajar untuk membeli nya juga jadi gak terlalu berat buat menengah kebawah” ujar Sinta Dyah Ariani selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.

- Kelemahan

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kelemahan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

1. Pelayanan atau respon pelayanan lama,” kalo menurut saya mungkin dari pelayanan ya mba karena kalo kita pesen dating nya lama banget kalo dari saya harusnya mungkin pelayannya di tambah lagi karena kedai ini termasuk rame pelanggan” ujar Sinta Dyah Ariani selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.
2. Strategi pemasaran yang monoton,” kalo menurut saya mba mungkin kalo dibilang menggunakan strategi pemasaran banget ya nggak juga, karena yang saya tau mereka kalo promosi juga di instagram aja kan ya, jadi standard mungkin kalo untuk strategi pemasaran khususnya dalam promosi” ujar Sinta Dyah Ariani selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.

- Peluang

Dapat dilihat dari hasil wawancara, peluang yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

1. Pintar mengambil kesempatan peluang, “menurut saya pandai mba karena liat aja sekarang kan ya kedai kopi ini semakin maju dan terus berkembang, contohnya dia setiap malem minggu kadang suka mengadakan live music ya jadi di situ dia juga bisa menarik pelanggan” ujar Sinta Dyah Ariani selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.
2. Memperhatikan trend bisnis, “tentu saja mba mengikuti trend bisnis kalau tidak mungkin akan tertinggal kali ya apalagi dengan banyaknya kemajuan bisnis saat ini” ujar Sinta Dyah Ariani selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.
3. Banyak digemari masyarakat, “kedai kopi matoa ini banyak banget mba di gemari masyarakat terutama anak-anak muda ya, bahkan sampe orang tua juga mba jadi memang populer di bahar ini” ujar Sinta Dyah Ariani selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.

- Ancaman

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kekuatan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

1. Pertumbuhan pesaing, “kalo menurut saya pesaing saat ini luar biasa sekali mba khususnya cafe baru kan ya yang mengikuti trend bisnis saat ini” ujar Sinta Dyah Ariani selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.
2. Teknologi sistem penjualan,”kalo menurut saya mba kalo untuk teknologi penjualan emang bisa jadi ancaman mba karena kan sekarang apa apa jamannya teknologi kan ya, kalo kedai kopi matoa ini mungkin kurang kalo di teknologi menurut saya” ujar Sinta Dyah Ariani selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.
3. Perubahan keinginan pelanggan, “kalo saya pribadi mba ada beberapa hal si yang menjadi keinginan misalnya kayak seandainya kedai kopi matoa ini memunculkan menu makanan berat jugakan saya rasa enak juga dan orang jadi gak perlu susah susah dalam mencari makanan berat di luar lagi” ujar Sinta Dyah Ariani selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.

5. Hasil wawancara bersama Syahrul Ramdhana (pelanggan kedai kopi matoa)

- Kekuatan

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kekuatan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kekuatan atau keunggulan kedai kopi matoa menurut saya itu berada pada tempatnya yang bagus untuk bersantai, kemudian produknya juga ada coffee dan non coffee, fasilitas nya juga baik, harga yang ditawarkan juga terjangkau gitu mbak” ujar Syahrul Ramdhana selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.

- Kelemahan

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kelemahan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kalo kelemahan menurut saya berada pada kekonsistenan event gitu mba karena kalo untuk anak muda tu saat ada event kayak lebih menarik aja gitu, kemudian mungkin ada pada pelayanan ya mba kadang masih suka cuek kalo sama pelanggan” ujar Syahrul Ramdhana selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.

- Peluang

Dapat dilihat dari hasil wawancara, peluang yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“peluang dalam kedai kopi matoa ini menurut saya ada pada popularitas ya mba karena waktu dia buka tepat kan sekarang memang zaman kedai-kedai kopi gini, selain itu juga dia mengikuti perkembangan zaman nih kayak konsep kedainya yang aesthetic gitu juga” ujar Syahrul Ramdhana selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.

- Ancaman

Dapat dilihat dari hasil wawancara, ancaman yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“mungkin untuk ancaman kedai kopi matoa ini berada pada upgrade produknya, cara strategi pemasaran dalam menarik minat pelanggan juga masih kurang si mba, kemudian dengan adanya pesaing bisnis sekarang kalo kedai kopi matoa tidak membenahi sistem strateginya mungkin akan tertinggal” ujar Syahrul Ramdhana selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.

6. Hasil wawancara bersama A Wahyudi (pelanggan kedai kopi matoa)

- Kekuatan

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kekuatan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“menurut saya mba untuk kelebihan di sini berada pada tempatnya yang pas ya mba berada di antara 3 desa kemudian dari segi produknya juga dijaga kualitasnya dan harganya juga terjangkau ya mba karena dapat terjangkau sama anak muda dan ibu-ibu kan” ujar A Wahyudi selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.

- Kelemahan

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kelemahan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kalo kelemahan menurut saya ada di bagian fasilitas ya mba karena ruang outdoornya kalau hujan aduh kehujanan semua mba” ujar A Wahyudi selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.

- Peluang

Dapat dilihat dari hasil wawancara, peluang yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“peluang mungkin ada pada bagian sdm ya mba karena dengan adanya kedai kopi matoa ini membuka lowongan kerja bagi orang-orang yang belum bekerja terutama yang anak-anak baru lulusan sekolah yang tidak dapat berkuliah, kemudian dia juga menyediakan wadah mba bagi umkm untuk berkolaborasi gitu jadi saling menguntungkan antara umkm dan kedai matoa ini, dengan adanya kolaborasi ini juga kan tentu saja akan menambah minat pelanggan untuk berkunjung mbak” ujar A Wahyudi selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.

- Ancaman

Dapat dilihat dari hasil wawancara, ancaman yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kalau ancaman yang paling terlihat si menurut saya mba ada di bagian teknologi ya mba soalnya untuk teknologi saya perhatikan masih kurang mengikuti kalo di kedai kopi matoa” ujar A Wahyudi selaku pelanggan kedai kopi matoa sungai bahar.

7. Hasil wawancara bersama Rahmadani (pelanggan kedai kopi matoa)

- Kekuatan

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kekuatan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“menurut saya yang menjadi kelebihan kedai kopi matoa ini berada di bagian lokasinya mbak karena strategis karena kan di pinggir jalan jadi selalu kelihatan kalo kita lewat di depannya, selain itu juga menunya banyak cocok buat ibu-ibu seperti saya yang tidak menyukai kopi jadi bisa tetap menikmati terus juga harganya murah mba” ujar ibu Rahmadani selaku pelanggan di kedai kopi matoa sungai bahar.

- Kelemahan

Dapat dilihat dari hasil wawancara, ancaman yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kekurangan dari kedai kopi matoa menurut saya berada pada respon pelayannya yang lama kalo kita lagi mesen menu mbak, terus juga tempat duduk di depan kalo hujan kehujanan juga mba apalagi sekarang musim hujan jadi gak bisa di gunakan” ujar ibu Rahmadani selaku pelanggan di kedai kopi matoa sungai bahar.

- Peluang

Dapat dilihat dari hasil wawancara, ancaman yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kalo peluang yang diambil mungkin berada pada lokasinya ya mbak yang strategis dekat dengan pasar dan juga dekat dengan pusat perkantoran, sehingga kedai kopi ini di minati dan dijadikan tempat nongkrong anak-anak muda dan masyarakat di sini jadi populer banget memang mbak kedai kopi ini” ujar ibu Rahmadani selaku pelanggan di kedai kopi matoa sungai bahar.

- Ancaman

Dapat dilihat dari hasil wawancara, ancaman yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“mungkin kalo ancaman di bagian pesaing ya mba, karena kan di bahar ini mulai bermunculan kedai kopi baru juga dan juga mungkin di teknologinya mbak kalo kedai kopi matoa ini kan masih kurang update mbak terutama bagian kasirnya dan sistem pesannya juga belum seperti sistem kedai kopi modern” ujar ibu Rahmadani selaku pelanggan di kedai kopi matoa sungai bahar.

8. Hasil wawancara bersama Vidya SR (pelanggan kedai kopi matoa)

- Kekuatan

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kekuatan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“menurut saya yang menjadi kelebihan kedai kopi matoa lokasinya mbak karena strategis karena kan di depan sekolahan terus di pinggir jalan selain itu juga menunya juga oke sih mbak” ujar Vidya SR selaku pelanggan di kedai kopi matoa sungai bahar.

- Kelemahan

Dapat dilihat dari hasil wawancara, kelemahan yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kalo kelemahan menurut saya mungkin di bagian fasilitas ya mba terutama bagian parkirnya sempit banget mbak kalo mobil susah cari tempat parkirnya” ujar Vidya SR selaku pelanggan di kedai kopi matoa sungai bahar.

- Peluang

Dapat dilihat dari hasil wawancara, peluang yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“kalau peluangnya menurut saya ada pada popularitas dan trend ya mba karena sekarang kan memang zaman kedai kopi gini sehingga banyak masyarakat yang lebih senang untuk berbincang di luar rumah sehingga tempat kedai kopi ini sangat pas bagi masyarakat untuk santai sambil berbincang” ujar Vidya SR selaku pelanggan di kedai kopi matoa sungai bahar.

- Ancaman

Dapat dilihat dari hasil wawancara, ancaman yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar adalah

“ancaman kalau menurut saya di bagian pesaing karena kan di bahar ini mulai banyak kedai baru nih yang ngerintis usaha nya di tambah dengan perkembangan pengetahuan yang semakin banyak sehingga tentunya pasti semakin banyak pula inovasi-inovasi baru yang akan muncul dalam bisnis kedai kopi kedepannya, nah kalo menurut saya mungkin kedai kopi matoa bisa mempersiapkan strategi yang baik dalam persaingan yang mulai berkembang seperti sekarang” ujar Vidya SR selaku pelanggan di kedai kopi matoa sungai bahar.

Tabel 5. 1

Hasil Wawancara

Nama	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
Yusuf hasyim (kepala toko)	1.Lokasi strategis. 2.Keunikan kedai kopi dengan model alam. 3.Harga yang	1.kurangnya keterampilan karyawan. 2.area parkir yang kurang luas.	1.memiliki pemasok kopi pasti dari temanggung. 2.memanfaatkan kolaborasi sebagai ajang memperkenalkan	1.adanya wabah penyakit yang mengurangi aktivitas dan menutup usaha usaha sehingga membuat kedai matoa sepi.

	ditawarkan relatif murah.		produk dan memiliki mitra usaha yang lumayan banyak.	
Maudy FP (krw)	1.tempat yang strategis 2.produk kopi yang unggul 3.fasilitas indoor yang baik 4.harga yang ditawarkan relatif murah.	1.respon pelayanan yang masih kurang leluasa. 2.strategi pemasaran monoton	1.memiliki pemasok kopi yang pasti. 2. menjual produk kopi dan roasting kopi untuk kedai sekitar.	1.adanya pesaing bisnis.
Al gohfur (krw)	1.lokasi mudah di cari. 2.produk kopi yang menjunjung kualitas.	1.respon pelayanan yang kurang enjoy.	1.keunggulan pemasok kopi. 2.memiliki sistem pengolah kopi dan dijadikan bisnis roasting kopi dari kedai lain.	1.perkembangan pesaing kedai kopi matoa. 2.perkembangan teknologi yang semakin canggih.
Sinta D.A (pelanggan)	1.Lokasi kedai kopi yang strategis. 2.Produk kopi yang bervariasi.	1.Promosi yang monoton. 2.Respon pelayanan yang lama.	1.pandai dalam mengambil peluang yaitu dengan memanfaatkan bisnis populer saat ini yaitu	1.Pertumbuhan pesaing. 2.Teknologi sistem kurang lengkap. 3.Perubahan keinginan

	3.Fasilitas yang baik. 4.Harga relatif murah.		kedai kopi. 2.Memperhatikan trend. 3.Banyak di gemari masyarakat.	pelanggan akan produk.
Syahrul R (pelanggan)	1.tempat yang strategis. 2.produk yang bervariasi. 3.fasilitas yang ditawarkan baik.	1.kekonsistenan event di mana kedai kopi matoa tidak konsisten akan pengadaan event. 2.pelayanan yang kurang ramah.	1.banyak di gemari masyarakat. 2.mengikuti trend model kedai kopi.	1.upgrade produk yang terlalu lama 2.strategi pemasaran kurang menarik. 3.pesaing bisnis.
A Wahyudi (pelanggan)	1.tempatnya yang nyaman. 2.produknya baik. 3.harga terjangkau.	1.fasilitas outdoor yang kurang memadai.	1.menjadi mitra usaha. 2. populer dan digemari masyarakat. 3.membuka wadah bagi sdm untuk bekerja.	1.kurangnya teknologi yang di gunakan.
Rahmadani (pelanggan)	1.tempatnya yang strategis. 2.menu bervariasi.	1.respon pelayanan sangat lama. 2.fasilitas outdoor yang	1.lokasi yang strategis. 2.diminati masyarakat.	1.pertumbuhan pesaing. 2.perkembangan teknologi yang masih kurang.

	3.harga relatif murah.	tidak memadai dalam kondisi musim hujan.		
Vidya SR (pelanggan)	1.tematnya strategis. 2.menunya juga baik.	1.fasilitas parkir yang sempit.	1. populer dan digemari masyarakat sebagai tempat berkumpul.	1.pertumbuhan pesaing yang semakin maju.

Keterangan :

- **Kekuatan**

Kekuatan merupakan keunggulan yang dimiliki terhadap pesaing usaha, kekuatan sendiri dapat terdiri dari pembeli, pemasok dan faktor lainnya.

- **Kelemahan**

Kelemahan merupakan faktor keterbatasan atau kekurangan yang dimiliki yang menghambat jalannya sebuah usaha dalam beroperasi sekarang ataupun di masa yang akan datang, kelemahan dapat berupa sumber daya keuangan, keterampilan, kondisi internal atau eksternal usaha, pemasaran, citra usaha,dll.

- **Peluang**

Peluang merupakan kesempatan yang biasa diambil oleh pengusaha dalam meningkatkan kekuatan dari usaha yang dijalankannya, peluang sendiri biasa berupa kecenderungan penting yang sering diperhatikan oleh pebisnis seperti segmentasi pasar, perubahan teknologi, kemajuan zaman, hubungan pembeli dan pemasok, dan hal lain yang membuat usaha terus mengalami kemajuan usaha.

- **Ancaman**

Ancaman merupakan kondisi tidak menguntungkan yang dialami oleh sebuah usaha, hal ini biasanya menimbulkan kerugian di dalam usaha, ancaman merupakan sebuah gangguan utama pada sebuah tujuan usaha.

5.2 Pembahasan Kondisi Kedai Kopi Matoa Sungai Bahar Dalam Analisis SWOT

A. Analisis kekuatan dan kelemahan

1. Kekuatan

a. Lokasi yang strategis

Kekuatan dari kedai kopi matoa utamanya berada pada lokasinya yang strategis di mana dengan adanya lokasi yang strategis maka masyarakat dengan mudah menemukan kedai kopi matoa ini, kedai kopi matoa ini berada di dekat pusat perkantoran dan pusat pasar di sungai bahar.

b. Harga yang relatif murah

Produk dalam kedai kopi matoa di nilai masyarakat memiliki tingkat harga yang relatif murah sehingga dapat di jangkau oleh anak pelajar hingga seorang pekerja kantoran.

c. Produk yang berkualitas

Dimana perlu kita ketahui bahwasannya produk yang di jual oleh kedai kopi matoa ini juga merupakan produk dengan kualitas yang baik, karena mereka memiliki mesin sendiri yang digunakan untuk sangrai kopi yang mereka jual, selain itu kopi yang mereka gunakan merupakan hasil dari kopi perkebunan sendiri dengan tingkat perawatan yang baik.

d. Fasilitas *indoor* kedai yang baik

Di kedai kopi matoa dalam fasilitas sudah terbilang sangat baik dan nyaman untuk masyarakat luas saat berkunjung, namun ada baiknya untuk fasilitas outdoor lebih diperhatikan kembali mengenai konsep alam yang di buat, sehingga pada musim hujan kedai kopi matoa bisa memberikan solusi bagi masyarakat yang suka untuk duduk di bagian outdoor.

2. Kelemahan

a. Pelayanan yang kurang terampil

Tidak banyak pelayan di kedai kopi matoa yang mengetahui cara pelayanan yang cepat dan nyaman bagi konsumen, ada beberapa pelayan yang belum dapat beradaptasi akan teknik yang baik dalam melayani pelanggan.

b. Area parkir yang kurang luas

Parkir merupakan tempat utama yang di lihat oleh konsumen selain produk, di kedai kopi matoa untuk bagian tempat parkir termasuk sangat sempit sehingga konsumen yang memiliki roda 4 susah dalam menemukan parkir.

c. Strategi pemasaran yang masih monoton

Dalam hal ini kedai kopi matoa masih menggunakan strategi pemasaran yang tertinggal yaitu mereka menggunakan sistem strategi yang sama dari awal berdirinya kedai kopi matoa, salah satunya berada pada promosi di mana mereka lebih memilih promosi dari perorangan atau yang biasa kita sebut dengan *word of mouth marketing* atau pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut.

Tabel 5. 2***Matrik internal factor evaluation (IFE)***

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (bobot x rating)
Kekuatan			
1. Lokasi yang strategis	0,2	3	0,6
2. Harga relatif murah	0,2	3	0,6
3. Produk berkualitas	0,1	3	0,3
4. Fasilitas dalam kedai yang baik	0,2	3	0,6
Kelemahan			
1. Pelayanan kurang terampil	0,1	3	0,3
2. Area parkir kurang luas	0,1	4	0,4
3. Strategi pemasaran yang masih monoton	0,1	3	0,3
TOTAL	1,00		3,1

Sumber data bobot : Sulfiana, 2020

Rating 4 sangat kuat.

Rating 3 cukup kuat.

Rating 2 tidak begitu lemah.

Rating 1 sangat lemah

Berdasarkan Table 5.2 matrik IFE, skor bobot total dari analisis adalah 3,1. Yaitu di mana skor tersebut membuktikan bahwasanya kedai kopi matoa berada pada posisi yang cukup kuat dalam memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi kekurangan pada kedai kopi matoa sungai bahar. Dapat di lihat bahwasanya kekuatan utama kedai kopi matoa berada pada lokasi, harga, produk, dan fasilitas bagian dalam, dengan skor tertinggi yaitu 0,6. Sedangkan bagi kelemahan, kelemahan utama kedai kopi matoa berada pada area parkir yang kurang

luas dengan skor 0,4 dan dilanjutkan dengan pelayanan yang kurang terampil serta strategi pemasaran yang masih monoton dengan skor 0,3.

B. Analisis peluang dan ancaman

1. Peluang

a. Populer di kalangan masyarakat

Dalam hal ini kedai kopi matoa merupakan salah satu kedai yang memiliki kepopuleran yang sangat baik di sungai bahar karena kedai kopi matoa merupakan kedai kopi pertama di sungai bahar sehingga dengan kepopulerannya ini kedai kopi matoa selalu diminati masyarakat. Dengan hal ini mereka selalu mendapatkan perhatian ketika mereka memunculkan atau merancang hal baru baik dari segi produk maupun fasilitas.

b. Memperhatikan model *trend* baru

Ada beberapa hal yang dilakukan kedai kopi matoa dalam mengikuti trend bisnis di mana kedai kopi matoa ini memiliki model kedai yang *aesthetic* dengan konsep alam yang hijau dan teduh.

c. Memiliki banyak mitra usaha

Kedai kopi matoa adalah salah satu kedai kopi yang memiliki mitra usaha cukup banyak karena kedai kopi ini memiliki konsep untuk berkembang bersama dengan cara merangkul usaha-usaha baru untuk berkembang bersama dengan melakukan kolaborasi. Beberapa mitra yang dimiliki berada pada kopi kerinci, kopi jambi, kopi sungai bahar, kedai ice cream, dll.

2. Ancaman

a. Adanya wabah covid 19

Banyaknya pebisnis kuliner yang menutup usahanya saat Indonesia dilanda oleh covid 19, begitupun kedai kopi matoa dimana periode tahun 2020-2022 merupakan masa pahit kedai kopi matoa dalam penjualannya karena pada masa itu kedai kopi matoa mengalami penurunan penjualan dikarenakan masyarakat sungai bahar sangat berhati-hati untuk berkumpul sehingga kedai kopi matoa pun menjadi sepi dan target penjualan pun tidak tercapai dalam tahun-tahun itu.

b. Adanya pertumbuhan pesaing bisnis

Semakin maraknya kedai kopi di sungai bahar membuat banyaknya usaha-usaha kedai kopi bermunculan di sungai bahar dengan banyaknya kreatifitas yang unik dan menarik, hal ini merupakan hal yang harus diperhatikan oleh kedai kopi matoa dalam rangka menjaga pelanggan mereka.

c. Perkembangan teknologi yang semakin pesat

Dengan majunya teknologi yang sangat luar biasa ini kedai kopi matoa masih menggunakan sedikit teknologi di mana kedai kopi matoa masih tegas menggunakan konsep tradisional sehingga tidak jarang hal ini mendapat komplain dari pelanggan karena kedai kopi matoa ini masih menggunakan mode tradisional khususnya dalam bagian kasir.

d. Adanya perubahan keinginan pelanggan khususnya dalam permintaan produk

Perubahan keinginan pelanggan tentu saja sangat mempengaruhi penjualan pada kedai kopi matoa. Karena semakin berkembangnya usaha-usaha masa kini yang unik dan menarik membuat masyarakat meninggalkan kebiasaan-kebiasaan atau produk-produk yang telah tertinggal lama.

Tabel 5. 3***Matrix external factor evaluation (EFE)***

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (bobot x rating)
Peluang			
1. Popular di kalangan masyarakat	0,2	3	0,6
2. Memperhatikan model trend	0,2	3	0,6
3. Memiliki banyak mitra usaha	0,2	3	0,6
Ancaman			
1. Adanya wabah covid 19 tahun 2020	0,1	2	0,2
2. Pertumbuhan pesaing	0,1	3	0,3
3. Perkembangan teknologi	0,1	3	0,3
4. Perubahan keinginan pelanggan (produk)	0,1	2	0,2
TOTAL	1,00		2,8

Sumber data bobot : Sulfiana, 2020

Rating 4 sangat kuat.

Rating 3 cukup kuat.

Rating 2 tidak begitu lemah.

Rating 1 sangat lemah.

Berdasarkan Tabel 5.3 matrik EFE. skor bobot total dari hasil analisis yaitu 2,8. Skor tersebut membuktikan bahwasanya kedai kopi matoa sungai bahar berada pada kondisi yang rata-rata atau dapat dikatakan bahwasannya kedai kopi matoa masih cukup kuat dalam menghadapi ancaman karena nilai yang dimiliki di atas rata-rata yaitu 2,5. Sehingga kedai kopi matoa berada pada kondisi usaha yang cukup kuat dalam menghadapi peluang usaha dan mengatasi ancaman yang dihadapi. Dalam hal ini peluang yang paling menonjol dalam kedai kopi matoa adalah kepopulerannya di masyarakat, memperhatikan model trend, dan memiliki

banyak mitra usaha dengan nilai 0,6. Sedangkan untuk ancaman utama berada pada perkembangan pesaing dan perkembangan teknologi dengan skor 0,3 diikuti dengan adanya wabah penyakit covid 19 pada tahun 2020 serta perubahan keinginan pelanggan terhadap produk dengan skor 0,2.

5.3 Matrik SWOT

Tabel 5. 4

Analisis Swot Kedai Kopi Matoa Sungai Bahar 2024

	STRENGTHS	WEAKNESSES
IFE/EFE	1. Lokasi yang strategis. 2. Harga yang relatif murah. 3. Memiliki produk yang memperhatikan kualitas. 4. Fasilitas indoor kedai baik.	1. Pelayanan masih kurang terampil. 2. Area parkir kurang luas. 3. Strategi pemasaran yang masih monoton.
OPPORTUNITIES	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Populer di kalangan masyarakat. 2. Memperhatikan model trend bisnis. 3. Memiliki banyak mitra usaha.	1. Mengembangkan dan membuat produk baru untuk menarik perhatian konsumen. 2. Membuat kolaborasi unik bersama mitra usaha dalam rangka memperkenalkan produk. 3. Mempertahankan dan memanfaatkan keunggulan	1. Meningkatkan kecepatan dan respon pelayanan pada kedai kopi matoa. 2. Mengatur dan memperluas tempat untuk parkir dengan cara menyediakan tempat parkir yang lebih luas untuk para konsumen.

	kedai yang strategis dan nyaman dengan cara menjaga dan melengkapi fasilitas untuk menjaga kenyamanan pelanggan.	3. Membuat strategi pemasaran yang lebih menarik dengan cara melakukan beberapa perubahan strategi khususnya dalam pemasaran produk (promosi) serta menambah menu makanan dalam kedai kopi matoa.
THREATS	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Adanya wabah covid 19 tahun 2020.	1. Kedai kopi matoa lebih baik jika memperhatikan perkembangan usaha khususnya dengan memperhatikan tingkat perubahan keinginan pelanggan hal ini mungkin bisa dengan melakukan survei keinginan pelanggan.	1. Menaikan jumlah pelayanan dalam rangka mencapai pelayanan dengan waktu yang efisien dan menjaga kenyamanan pelanggan dalam berkunjung.
2. Adanya pertumbuhan pesaing.		
3. Perkembangan teknologi.	2. Kedai kopi matoa harus meningkatkan teknologi masa kini khususnya dalam proses transaksi, hal ini dapat membawa kedai kopi matoa dalam persaingan teknologi.	2. Melakukan pelatihan pelayanan dalam rangka memajukan keefektifan kedai kopi matoa khususnya dalam pelayanan.
4. Perubahan keinginan pelanggan (produk).		

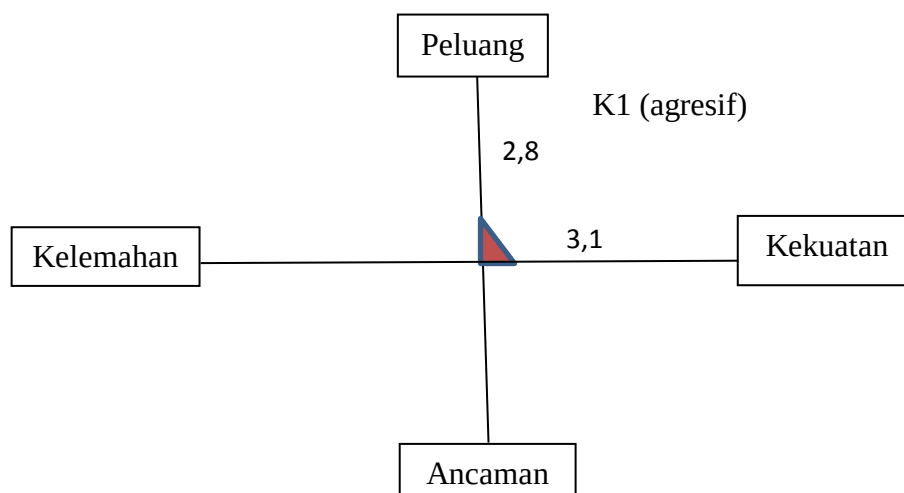
Sumber Data : Analisis Matrik SWOT Kedai Kopi Matoa Sungai Bahar 2024

Berdasarkan Tabel 5.2 matrik IFE dan Tabel 5.3 matrik EFE serta di kemas dalam Table 5.1 analisis matrik SWOT Kedai Kopi Matoa Sungai Bahar. Maka dapat di ketahui bisnis kedai kopi matoa ini berada pada rating yang tidak begitu lemah atau dapat dikatakan cukup baik dalam usaha kedai kopi.

Kedai kopi ini berada pada kuadran 1 (*Kuadran agresif*), sehingga kedai kopi matoa saat ini berada pada kondisi usaha yang masih memiliki kekuatan dan peluang yang baik, oleh karena itu kedai kopi matoa sungai bahar sangat cocok dalam menjalankan strategi SO (*Strength Opportunity*) yaitu strategi di mana kedai kopi matoa dapat menggunakan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk tetap menjalankan usahannya. Strategi SO dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (Freddy rangkuti, 2006).

Hal ini sejalan dengan teori dalam buku Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis Swot Karya Dr. Freddy Rangkuti di mana dalam buku tersebut beliau menjelaskan bahwa untuk usaha dalam kondisi kuadran 1 maka strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Strategi agresif merupakan strategi situasi yang dikatakan menguntungkan, dimana perusahaan memiliki sebuah peluang dan kekuatan atau dapat dikatakan bahwasannya perusahaan dapat mengeluarkan banyak strategi guna untuk memajukan usahanya dalam rangka mencapai tujuan perusahaan (Freddy rangkuti, 2006).

Gambar 5. 1 Gambaran Kuadran SWOT Kedai Kopi Matoa Sungai Bahar



Berdasarkan pernyataan di atas maka kedai kopi matoa sebaiknya berkonsentrasi dalam :

1. mengembangkan dan membuat produk baru untuk menarik perhatian pelanggan.
2. membuat kolaborasi unik bersama mitra usaha dalam rangka memperkenalkan produk.
3. kedai kopi matoa tetap harus mempertahankan keunggulan produknya dan keunggulan kedainya yang strategis serta nyaman dengan cara berinovasi dan kreatif dalam membuat strategi khususnya untuk bagian promosi dan produk.

Hal ini dapat di wujudkan dengan cara :

1. menjaga keunikan kedai dan kualitas yang dimiliki kedai kopi matoa sungai bahar dan melengkapi fasilitas kedai kopi matoa.
2. kedai kopi matoa juga harus memperhatikan dan mengevaluasi keadaan internal khususnya dalam bagian pelayanan kepada pelanggan dengan memperhatikan ketepatan dan kecepatan pelayanan sehingga membuat pelanggan tetap merasa nyaman serta memiliki alasan dan *mindset* yang baik terhadap pelayanan dan respon yang ditawarkan oleh kedai kopi matoa.

Faktor- faktor yang mempengaruhi dalam penelitian SWOT ini yaitu :

1. Sumber daya dan kemampuan teknis dalam usaha kedai kopi matoa sungai bahar (pelayanan dan fasilitas).
2. Kemampuan unggul produk, kualitas, promosi, tempat dan harga dalam usaha kedai kopi matoa sungai bahar.
3. Adanya perubahan inovasi dan teknologi.
4. Adanya kompetisi antar usaha.
5. Adanya brand atau nama yang melekat pada sebuah usaha.

Adanya faktor-faktor ini sejalan dengan teori yang di miliki oleh Dr. Freddy Rangkuti dalam bukunya yang berjudul teknik membedah kasus bisnis analisis SWOT yaitu dalam unsur strategi persaingan, unsur taktik pemasaran, dan unsur nilai pemasaran.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh :

1. Sulfiana (2020) Penelitian Ini Menunjukkan Bahwasanya Strategi Sangat Sendiri Di Butuhkan Dalam Meningkatkan Sebuah Penjualan. Di Mana Dengan Adanya Strategi

Yang Baik Maka Akan Mengurangi Tingkat Kesalahan Atau Ancaman Yang Akan Mengurangi Tingkat Penjualan Pada Rumah Makan Mbak Daeng.

2. Rika Amalia (2022) Penelitian Ini Membuktikan Bahwasanya Analisis Swot Dapat Menjadi Bahan Untuk Mengetahui Strategi Pemasaran Seperti Apa Yang Harus Diterapkan.
3. Trinitatis Harita,Dkk (2022) Toko Keliling Imelda Di Teluk Dalam Telah Mengadopsi Strategi SWOT Untuk Perusahaannya, Berdasarkan Temuan Studi Strategi SWOT. Hal Ini Terlihat Dari Temuan Penelitian Faktor Internal Dan Eksternal Primer Atau Disebut IFAS Dan EFAS Yang Menghasilkan Perolehan Titik Koordinat 1.724 : 1.01 Pada Diagram SWOT. Hal Ini Menjelaskan Mengapa Toko Imelda Mobile Dapat Dianggap Dalam Kondisi Prima Dan Mengapa Terletak Di Kuadran I Yang Mendorong Teknik Agresif/Progresif. Karena Perusahaan Mempunyai Kekuatan Dan Kemungkinan Untuk Mengembangkan Atau Memperluas Bisnisnya, Skenario Ini Menawarkan Peluang Untuk Memaksimalkan Pendapatan.
4. Excel Meyfrand Fransisco Tampi, Dkk (2023) Nilai IFAS Sebesar 3,28 Dan Nilai EFAS Sebesar 3,02 Yang Merupakan Temuan Penelitian Yang Diperoleh Dari Tabel Matriks IFAS Dan EFAS. Terdapat Elemen Dari Masing-Masing Matriks Tersebut Yang Mungkin Berdampak Pada PT. Kemampuan Suluh Jaya Abadi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk. Secara Spesifik Hasil Analisis Menunjukkan Bahwa PT. Suluh Jaya Abadi Berada Pada Kuadran I Diagram SWOT Empat Kuadran, Menunjukkan Bahwa Strategi Agresif Adalah Cara Terbaik Untuk Meningkatkan Penjualan. Dengan Demikian, Perusahaan Dapat Memasuki Fase Pertumbuhan Yang Berfokus Pada Integrasi Horizontal, Dimana Perusahaan Telah Tumbuh Dan Menjadi Kuat Serta Memiliki Peluang Yang Sangat Baik Untuk Maju.

Persamaan dan Perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini berada pada :

A. Persamaan penelitian

- Alat analisis yang di gunakan oleh penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama menggunakan Analisis SWOT
- Penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama mendapatkan hasil dalam kondisi usaha yaitu berada pada kuadran 1 di dalam matrik SWOT
- Penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama membuktikan bahwasannya analisis swot dapat menjadi bagian untuk mengetahui atau merancang strategi pemasaran yang tepat dalam sebuah usaha.

B. Perbedaan penelitian

- Objek penelitian, dimana dalam penelitian terdahulu objek penelitian yaitu rumah makan, konter handphone, toko elektronik, dan pt makanan sedangkan dalam penelitian ini objek yang difokuskan adalah sebuah usaha kedai kopi.
- Pengambilan sampel, dimana pada penelitian terdahulu menggunakan sampel random atau acak dan juga menggunakan sampel tanpa syarat, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan sampel dengan aturan dimana aturan yang diterapkan adalah 3 kali pembelian dalam kedai kopi matoa sungai bahar.
- Populasi penelitian, di mana dalam penelitian terdahulu berfokus terhadap tempat atau daerah-daerah yang sudah maju dan kota besar seperti Manado, Banjarmasin, Surabaya, dan Makassar. Sedangkan dalam penelitian ini berfokus terhadap daerah yang masih berkembang seperti sungai bahar yaitu sebuah kecamatan di muaro jambi.

5.4 Strategi Meningkatkan Penjualan

Dalam rangka meningkatkan penjualan maka hal yang dapat diperhatikan yaitu berada pada bagian strategi operasional. Strategi operasional merupakan filosofi yang berkaitan dengan alat untuk yang mencapai tujuan (Skinner, 1978).

Adapun indikator yang menentukan untuk kegiatan manajemen operasional yaitu proses transformasi, efektivitas, efisiensi, penggunaan sumber daya secara terpadu, pencapaian ukuran kinerja tertentu, produk atau jasa, proses teknologi, dan tujuan pasar (Freddy rangkuti, 2006).

Oleh karena itu setelah mengetahui strategi yang tepat untuk kedai kopi matoa maka hal selanjutnya yaitu mendapatkan strategi yang tepat guna menentukan strategi peningkatan penjualan pada kedai kopi matoa sungai bahar. Strategi yang dapat ditawarkan yaitu :

1. Mengembangkan dan membuat produk baru untuk menarik perhatian konsumen.

Di dalam era bisnis yang semakin berkembang serta persaingan yang semakin ketat, kedai kopi matoa perlu memperhatikan kualitas produk serta membuat inovasi terhadap produk baru, karena tentunya pelanggan akan merasa senang dan puas saat mendapatkan produk dengan kualitas yang baik dan memiliki beberapa pilihan yang baru yang membuat pelanggan penasaran dan tertarik atas produk. misalnya dalam

kedai kopi matoa mungkin bisa mengeluarkan menu untuk makanan berat dan beberapa cemilan baru.

2. Membuat kolaborasi unik bersama mitra usaha dalam rangka memperkenalkan produk.

Dalam memanfaatkan kesempatan yang ada, yaitu dengan banyaknya mitra usaha maka kedai kopi matoa bisa melakukan pengenalan produk dengan cara membuat kolaborasi yang lebih konsisten khususnya dalam kolaborasi produk sehingga selain sebagai media promosi produk kedai kopi matoa juga dapat meningkatkan penjualannya. karena dengan adanya sesuatu hal yang baru tentu saja akan memikat dan menarik keingintahuan pelanggan terhadap produk baru tersebut.

3. Mempertahankan keunggulan kedai yang strategis dan nyaman dengan cara menjaga dan melengkapi fasilitas.

Dalam rangka meningkatkan penjualan kedai kopi matoa sungai bahar maka kedai kopi matoa juga harus memperhatikan fasilitasnya. terutama pada fasilitas outdoor seperti bagian tempat parkir dan bagian tempat duduk outdoor, sehingga nantinya pelanggan lebih nyaman saat ingin berkunjung dan duduk di area outdoor kedai kopi matoa sungai bahar.

4. Memberikan pelayanan yang baik dan cepat kepada pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan bagian nomor satu bagi setiap pengunjung setelah cita rasa produk dengan adanya pelayanan yang baik tentunya hal ini dapat menentukan apakah seorang pelanggan akan datang berkunjung kembali atau tidak. sehingga akan lebih baik jika kedai kopi matoa dapat memberikan pelayanan dengan memperhatikan waktu penyajian dan waktu respon pelayanan yang tepat terhadap pelanggan dengan baik dan cepat.

5. Menggunakan teknologi sebagai alat memasarkan dan bertransaksi dalam usaha.

Saat ini teknologi merupakan hal penting bagi banyak orang karena dengan adanya teknologi maka tentu saja hal ini akan membantu manusia dalam menyelesaikan permasalahan dan membantu manusia dalam menciptakan kemudahan dan kesimpulan saat ingin berpergian. Seperti dengan berkembangnya teknologi dalam uang digital yang membantu masyarakat dalam membayar produk secara nontunai, dalam kedai kopi matoa sudah seharusnya memperkenalkan dan mengadopsi sistem teknologi terutama dalam segi pelayanan dan transaksi agar memudahkan pelanggan dalam proses pembelian dan pembayaran item yang mereka inginkan.

