

ANALISIS SWOT PADA KOPI KENANGAN

Diani Fatimah¹, Tyna Yunita², Yusron Rizki³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

E-mail: 202210325169@mhs.ubharajaya.ac.id¹, tyna.ubj@gmail.com²,
202210325177@mhs.ubharajaya.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi bisnis Kopi Kenangan menggunakan pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Kopi Kenangan serta bagaimana perusahaan memanfaatkan faktor-faktor ini untuk merumuskan strategi yang efektif. Dengan meneliti berbagai aspek seperti varian rasa, harga yang terjangkau, promosi, serta lokasi yang strategis, penelitian ini menunjukkan bahwa Kopi Kenangan memiliki potensi besar untuk terus berkembang di pasar kopi yang kompetitif.

Kata kunci: Kopi Kenangan, Analisis SWOT, Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman, Strategi

ABSTRACT

This research analyzes Kopi Kenangan's business strategy using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) approach. The aim is to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats facing Kopi Kenangan and how the company utilizes these factors to formulate an effective strategy. By examining various aspects such as flavor variants, affordable prices, promotions, as well as strategic location, this study shows that Kopi Kenangan has great potential to continue growing in the competitive coffee market.

Keywords: *Kopi Kenangan, SWOT Analysis, Strength, Weakness, Opportunity, Threat, Strategy*

PENDAHULUAN

Kopi Kenangan didirikan pada tahun 2017 oleh Edward Tirtanata, James Prananto, dan Cynthia Chaerunnisa di Indonesia (APRIYANA, 2011). Perusahaan ini cepat berkembang dengan menerapkan model bisnis kopi siap saji dan memanfaatkan aplikasi untuk memudahkan pemesanan. Pada tahun 2019, Kopi Kenangan berhasil memperoleh pendanaan sebesar \$20 juta dari Sequoia India. Hingga tahun 2021, perusahaan ini telah membuka lebih dari 600 gerai di seluruh Indonesia. Pada tahun 2022, mereka kembali mendapatkan pendanaan tambahan sebesar \$96 juta dalam putaran seri C. Pertumbuhan ini didorong oleh kombinasi inovasi teknologi dan strategi ekspansi yang agresif. Selain itu, Kopi Kenangan juga berencana untuk berekspansi ke pasar internasional.

Kopi Kenangan adalah startup yang menawarkan kopi segar berkualitas dengan harga terjangkau untuk konsumen Indonesia. Dimulai pada tahun 2017 oleh Edward Tirtanata dan James Prananto, perusahaan ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara kopi murah pinggir jalan dan kopi ritel seperti Starbucks. Alasan utama Edward Tirtanata mendirikan Kopi Kenangan adalah karena meskipun Indonesia merupakan pengeksport kopi terbesar keempat di dunia, konsumsi kopi di dalam negeri termasuk yang terendah di Asia Tenggara, tutur Edward Tirtanata. Kopi Kenangan tidak ragu memperkenalkan produk lokal; dibandingkan dengan latte, moka, atau flat white, minuman terlaris mereka adalah 'Es Kopi Kenangan Mantan,' kopi susu Indonesia manis yang menggunakan gula aren (Kesuma et al., 2023).

Penelitian ini fokus pada analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Kopi Kenangan. Analisis ini penting untuk memahami keunggulan kompetitif dan area yang perlu diperbaiki. Dengan mengetahui kekuatan yang dimiliki, Kopi Kenangan dapat memanfaatkannya untuk menarik lebih banyak pelanggan. Mengetahui kelemahan akan membantu dalam merencanakan strategi peningkatan. Peluang pasar yang diidentifikasi dapat mendorong ekspansi dan inovasi produk. Analisis terhadap ancaman memungkinkan perusahaan untuk mempersiapkan diri dan mengatasi tantangan eksternal yang mungkin muncul. Hal ini penting untuk memastikan pertumbuhan berkelanjutan dan daya saing Kopi Kenangan di industri kopi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: "Bagaimana Kopi Kenangan memanfaatkan kekuatan dan peluangnya untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi?" Tujuan utama dari penelitian ini adalah menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Kopi Kenangan. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literatur mengenai analisis SWOT di industri

kopi. Analisis ini juga diharapkan dapat membantu Kopi Kenangan dalam menyusun strategi yang efektif untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi, sehingga dapat terus tumbuh dan bersaing secara kompetitif di pasar.

KAJIAN LITERATUR

Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2015), analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang dipakai untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau bisnis. Keempat faktor inilah yang membentuk singkatan SWOT. Proses ini melibatkan penetapan tujuan spesifik dari bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal serta eksternal yang mendukung atau menghambat pencapaian tujuan tersebut (Khairani et al., 2023).

Pearce dan Robinson menjelaskan bahwa SWOT adalah singkatan dari kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) internal perusahaan serta peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang paling sesuai di antara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Jika diterapkan dengan tepat, asumsi sederhana ini dapat memberikan dampak besar pada perancangan strategi yang berhasil (Nafi Analisis'ah, 2017).

Analisis SWOT dapat membantu secara logis dalam proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan visi, misi, dan tujuan perusahaan. Oleh karena itu, analisis SWOT bisa digunakan sebagai alat efektif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam proses pengambilan keputusan untuk menentukan strategi.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menekankan pada studi kasus dan studi kepustakaan untuk memperkuat ketepatan hasil penelitian. Studi kasus dan kepustakaan dilakukan untuk menganalisis efektivitas manajemen strategis bisnis Kopi Kenangan. Data dikumpulkan dari literatur, buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang mendukung penulisan penelitian ini (Khairani et al., 2023). Metode analisis data yang digunakan adalah metode studi literatur untuk menganalisis data terkait penerapan manajemen strategis bisnis dan efektivitasnya pada bisnis Kopi Kenangan, sehingga dapat dikaji secara mendalam serta disimpulkan hasil temuan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Analisis SWOT sudah menjadi alat yang bermanfaat dalam dunia industri. Namun, alat ini juga dapat digunakan sebagai alat bantu pengambilan keputusan dalam pengenalan program-program baru di lembaga-lembaga dengan visi dan misi luar biasa serta target masa depan, seperti perusahaan, organisasi, lembaga pendidikan, dan dunia bisnis lainnya. Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman, sedangkan faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Proses manajemen analisis SWOT melibatkan survei internal mengenai kekuatan dan kelemahan program, serta survei eksternal mengenai peluang dan ancaman. Fungsi analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya menjadi isu internal (kekuatan dan kelemahan) dan isu eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT ini akan menunjukkan apakah informasi tersebut menunjukkan sesuatu yang dapat membantu perusahaan mencapai panduan sistematis dalam diskusi untuk membahas kondisi alternatif dasar yang mungkin menjadi pertimbangan perusahaan.

Faktor-faktor Analisis SWOT

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu (Wiswasta et al., 2018):

1. Strengths (Kekuatan): Situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan perusahaan atau organisasi dan dapat memberikan pengaruh positif saat ini maupun di masa depan. Dalam lembaga pendidikan, contohnya adalah keunggulan khusus atau keunggulan lainnya yang memberikan nilai tambah atau keunggulan komparatif. Misalnya, lembaga pendidikan harus memiliki keterampilan yang bisa disalurkan kepada peserta didik, lulusan terbaik, atau hasil andalan yang membuat sekolah unggul dari pesaing serta memuaskan pemangku kepentingan seperti peserta didik, orang tua, masyarakat, dan bangsa (Budiman, 2018).
2. Weaknesses (Kelemahan): Kelemahan adalah hal yang wajar dalam segala sesuatu. Namun, yang terpenting adalah bagaimana kebijakan dalam lembaga pendidikan bisa meminimalkan kelemahan tersebut atau bahkan menjadikannya sebagai kelebihan yang tidak dimiliki oleh lembaga pendidikan lain. Kelemahan tersebut bisa berupa kurangnya sarana dan prasarana, kualitas atau kemampuan tenaga

pendidik yang rendah, lemahnya kepercayaan masyarakat, serta ketidaksesuaian antara hasil lulusan dengan kebutuhan masyarakat atau dunia usaha dan industri.

- 3. Opportunities (Peluang): Peluang pengembangan dalam pendidikan dapat dilakukan, antara lain: (a) Di era krisis moral dan kejujuran seperti ini, peran pendidikan agama yang lebih dominan sangat diperlukan; (b) Maraknya keracunan makanan dan makanan yang sangat minim gizi mengganggu kesehatan dan produktivitas kerja. Peran Ilmu Gizi dan Kesehatan bisa menjadi daya tarik bagi masyarakat dan menjadi unggulan perguruan tinggi.
- 4. Threats (Ancaman): Ancaman merupakan kebalikan dari peluang. Ancaman bisa berupa faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi lembaga pendidikan. Jika ancaman tidak ditanggulangi, maka akan menjadi penghambat bagi kemajuan lembaga pendidikan. Contohnya adalah minat peserta didik baru yang menurun, motivasi belajar peserta didik yang rendah, serta kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

Tabel 1
Matriks SWOT

	<i>Strength (S)</i> Daftar semua kekuatan yang dimiliki.	<i>Weakness (W)</i> Daftar semua kelemahan yang dimiliki
<i>Opportunities (O)</i> Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi.	<i>Strategi SO</i> Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.	<i>Strategi WO</i> Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada.
<i>Threats (T)</i> Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi.	<i>Strategi ST</i> Gunakan semua kekuatan untuk menghindari ancaman.	<i>Strategi WT</i> Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman.

Sumber: Hasil Analisis SWOT, 2023

Menurut (Khairani et al., 2023), matriks SWOT dapat menjelaskan bagaimana perusahaan mengantisipasi peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal dengan memanfaatkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini menghasilkan empat kemungkinan strategi alternatif. Alternatif strategi tersebut adalah:

- a. Strategi SO (Strength - Opportunity): Strategi ini dirancang untuk memanfaatkan seluruh kekuatan perusahaan guna merebut dan memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal.
- b. Strategi ST (Strength - Threats): Strategi ini menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengatasi dan menghadapi ancaman yang muncul.
- c. Strategi WO (Weakness - Opportunity): Strategi ini diterapkan dengan cara memanfaatkan peluang yang ada sembari meminimalkan kelemahan perusahaan. Manfaatkan peluang usaha sangat penting karena bisnis akan menghadapi banyak tantangan, termasuk dari para pesaing.
- d. Strategi WT (Weakness - Threats): Strategi ini bersifat defensif, berusaha mengurangi kelemahan perusahaan dan menghindari ancaman.
- e. IFAS (Internal Factor Analysis Summary): Alat analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan.
- f. EFAS (External Factor Analysis Summary): Alat analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan.

HASIL PEMBAHASAN

Kopi Kenangan merupakan sebuah coffee shop yang tersebar di berbagai kota dan telah berhasil dalam pengelolaan serta perencanaan bisnisnya. Kopi Kenangan tidak hanya menawarkan rasa yang khas dan harga yang terjangkau, tetapi juga memiliki nama yang menarik serta menu yang unik dan kreatif. Nama "Kopi Kenangan" terinspirasi dari slogan 'kenangan' pada sebuah produk air mineral yang dibeli oleh pemiliknya,

Edward Tirtanata. Menurut Edward, kata 'kenangan' memiliki makna mendalam dan terkesan mahal, sehingga ia memilih nama tersebut untuk merek kopinya. Strategi manajemen yang baik sangat diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan yang diharapkan (Supriyanto et al., 2021).

Kopi Kenangan telah menunjukkan keberhasilan dalam memanfaatkan kekuatan internal dan peluang pasar untuk memperluas jangkauannya. Dengan strategi pertumbuhan yang agresif dan fokus pada inovasi produk, perusahaan ini mampu bersaing dengan merek besar lainnya. Salah satu faktor kunci dalam keberhasilan ini adalah kemampuan para pendiri dan manajemennya untuk terus berinovasi dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

Pengusaha sering kali mempromosikan diri mereka dengan harapan bahwa perusahaan mereka akan sukses dan berkelanjutan (Yunita et al., 2022). Perilaku inovatif ini juga terlihat pada Kopi Kenangan, di mana kombinasi inovasi teknologi dan strategi pemasaran yang kreatif telah menjadi pendorong utama pertumbuhan mereka.

Dari observasi yang dilakukan di Kopi Kenangan, diperoleh hasil analisis menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan analisis tersebut, dapat disimpulkan keseluruhan hasil analisis SWOT yang dilakukan di Kopi Kenangan adalah:

1. **Strength (Kekuatan)**

- Menu yang ditawarkan beragam dan “Kopi Kenangan” memiliki varian rasa yang beragam dan unik, menjawab tren yang ada di masyarakat.
- Harga yang ditawarkan terjangkau meskipun dikemas dengan brand kopi modern 'Kopi Kenangan' dan harga yang disarankan untuk setiap item menunya juga sangat terjangkau.
- Beberapa cabang Kopi Kenangan memiliki toko di lokasi yang strategis, ada pula yang berada di lokasi yang nyaman dan ramai seperti pusat perbelanjaan dan beberapa universitas. Seluruh toko Kopi Kenangan memiliki desain yang trendi dan modern sehingga memberikan tampilan trendi namun suasana nyaman. Alhasil, menarik perhatian para remaja yang menggemari kafe-kafe yang berpenampilan artistik.
- Sering-seringlah melakukan promosi untuk menarik pembeli. Seperti perusahaan lainnya, 'Kopi Kenangan' juga menawarkan berbagai promosi untuk mendorong pembeli membeli lebih banyak. Misalnya “Beli 1 Gratis 1” yang memberikan diskon dan bonus roti pada setiap pembelian dengan batas transaksi yang telah ditentukan.
- Di era teknologi yang terus berkembang, kami menawarkan layanan pesan antar melalui layanan ojek online. “Kopi Kenangan” memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada dalam setiap transaksinya. Pembeli dapat memesan menu melalui ojek online tanpa harus datang langsung ke toko.

2. **Weakness (Kelemahan)**

- Kesulitan mencari staf yang kompeten untuk membuat menu. Kopi Kenangan kesulitan menemukan staf yang dapat memahami menu dan takarannya. Hal ini membuat kualitas rasa terasa berbeda dari satu cabang ke cabang lainnya.
- Modal besar untuk penyediaan material, penyewaan toko, perencanaan promosi, dll.
- Kurangnya kemampuan untuk menyediakan kualitas kopi yang sama di outlet yang berbeda.
- Persaingan antar merek kopi modern semakin hari semakin beragam dan jumlahnya semakin meningkat.

3. **Opportunities (Peluang)**

- Banyak masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda, yang cukup boros dalam mengonsumsi kopi.
- Kecenderungan anak muda suka nongkrong di kedai kopi. Toko yang menawarkan konsep artistik tertentu.
- Permintaan pasar terus berlanjut.
- Media sosial tempat Kopi Kenangan dapat dengan mudah memperkenalkan toko terbaru, menu terbaru, dan keunggulan masing-masing toko.
- Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat.

4. **Threats (Ancaman)**

- Menjamurnya kedai kopi modern di Indonesia.
- Anda akan menerima penawaran harga lebih murah dari menu yang ada.
- Ancaman peniruan dari pesaing skala kecil dan menengah.
- Lokasi outlet terlalu dekat untuk memberikan efek penjualan.

- Dengan munculnya penelitian kesehatan baru-baru ini tentang efek gula dan kafein terhadap kesehatan, masyarakat menjadi lebih berhati-hati saat mengonsumsi minuman.

Tabel 2
Hasil analisis SWOT

IFAS EFAS	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
	• Varian rasa dan harga yang terjangkau menarik perhatian remaja • Promosi reguler seperti "Beli 1 Gratis 1" meningkatkan daya tarik • Layanan pesan antar melalui ojek online beradaptasi dengan era teknologi	• Kesulitan mencari staf yang kompeten untuk menjaga konsistensi rasa • Dibutuhkan modal dalam jumlah besar untuk berbagai keperluan seperti materi dan promosi
<i>Opportunities (O)</i>	• Tingginya minat generasi muda terhadap kopi membuka peluang pasar yang besar • Tren nongkrong di kedai kopi bisa dimanfaatkan dalam sebuah konsep artistik • Media sosial dapat digunakan untuk memperkenalkan lokasi dan menu terbaru	• Mengatasi masalah konsistensi dengan melatih staf untuk memahami menu • Memanfaatkan tren nongkrong di kedai kopi untuk menarik pelanggan dengan konsep artistik
<i>Threats (T)</i>	• Persaingan dengan kedai kopi modern yang semakin meningkat • Ancaman peniruan oleh pesaing skala kecil dan menengah • Kesadaran akan dampak gula dan kafein terhadap kesehatan semakin meningkat	• Kirim bahan baku secara efisien untuk meminimalkan biaya dan melampaui harga pesaing • Pilih lokasi toko strategis untuk menghindari persaingan langsung dengan produk serupa • Kembangkan minuman rendah gula dan rendah kafein untuk menarik konsumen yang sadar kesehatan
	<i>Strategi SO</i>	<i>Strategi WO</i>
	• Memanfaatkan variasi menu dan harga terjangkau untuk menarik generasi muda • Meningkatkan iklan media sosial untuk memperkenalkan lokasi dan menu baru	
	<i>Strategi ST</i>	<i>Strategi WT</i>
	• Memanfaatkan keunggulan promosi dan pesan antar untuk menghadapi persaingan dari kedai kopi modern • Mempertahankan kualitas rasa yang khas untuk membedakan produk dari tiruan pesaing	

KESIMPULAN

Keunggulan Kopi Kenangan terletak pada variasi menu, harga yang terjangkau, dan lokasi yang nyaman. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah kesulitan dalam mencari staf yang berkualitas. Peluang besar masih terbuka karena tingginya minat generasi muda terhadap kopi dan tren konsumsi kopi yang terus meningkat. Ancaman yang dihadapi termasuk persaingan ketat dari kedai kopi modern dan peniruan produk oleh kompetitor. Strategi pertumbuhan yang agresif, yang memanfaatkan kekuatan dan peluang sambil mengatasi kelemahan dan ancaman, diharapkan dapat menjadi pilihan yang tepat untuk Kopi Kenangan dalam menghadapi dinamika pasar kopi yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- APRIYANA. (2011). Bab I Pendahuluan. *Galang Tanjung*, 2504, 1–9.
- Kesuma, I., Kumala Sari, A., Salsabilla, A., Indah Sari, S., Bayu Putra, R., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023).

- Analisis SWOT Strategi Penjualan Usaha “Kopi Kenangan.” *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 1(3), 132–139. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v1i3.255>
- Khairani, A., Yunita, T., Asri, B., Pradana, Y., Sari, P., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2023). Pengembangan Analisis SWOT UMKM Kopi Cinta Bekasi. *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(2), 84–93. <https://journal.csspublishing/index.php/business>
- NafiAnalisis’ah, I. (2017). SWOT dan Strategi Keunggulan Bersaing Pada BMT Artha Buana Desa Cangu Kecamatan Badas Kabupaten Kediri. *Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 01–90. <http://etheses.iainkediri.ac.id/40/>
- Supriyanto, A., Rosmalia, V., & ... (2021). Pemanfaatan Social Media Sebagai Pemasaran Bisnis Di Era Society 5.0. *Janaka* ..., 02(02), 55–65. <http://ejournal.lppm-stieatmabhakti.id/index.php/JANAKA/article/view/215%0Ahttp://ejournal.lppm-stieatmabhakti.id/index.php/JANAKA/article/download/215/152>
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*.
- Yunita, T., Wijayanti, M., Bukhari, E., & Prasetyo, E. T. (2022). The Dilemma of Innovative Behavior of Hybrid Entrepreneurs in the Role of Employees. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 253. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.932>