

## STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM GALAGODA COFFEE SHOP DI KARAWANG

<sup>1</sup>Tia Madiana, <sup>2</sup>Tegar Abdulah Nurwahid, <sup>3</sup>Muhamad Ihsan Alfawaz, <sup>4</sup>Ujang Suherman

<sup>1</sup>Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Buana Perjuangan Karawang

<sup>2,3,4</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang

Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361

<sup>1</sup>[mn22.tiamardiana@ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.tiamardiana@ubpkarawang.ac.id), <sup>2</sup>[mn22.tegarnurwahid@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.tegarnurwahid@mhs.ubpkarawang.ac.id),  
<sup>3</sup>[mn22.muhammadfawwaz@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn22.muhammadfawwaz@mhs.ubpkarawang.ac.id), <sup>4</sup>[ujangsuherman@ubpkarawang.ac.id](mailto:ujangsuherman@ubpkarawang.ac.id)

### Abstrak

Di tengah hiruk pikuk industri kedai kopi, Galagoda Coffee Shop di Karawang berhasil mencuri perhatian. Berawal dari sebuah ide sederhana, kedai kopi ini telah beroperasi selama satu tahun dan meraih kesuksesan dengan strategi yang unik. Pemiliknya, Mas Egi, dalam wawancara ini, berbagi rahasia di balik keberhasilannya. Kunci utamanya terletak pada perpaduan cerdas antara kopi berkualitas dan menu mie yang lezat, sebuah kombinasi yang berhasil menarik beragam pelanggan. Strategi pemasaran yang terfokus pada akhir pekan dan hari libur, diimbangi promosi organik melalui media sosial dan event musik, semakin memperkuat daya tarik Galagoda. Komitmen terhadap kualitas, mulai dari pemilihan bahan baku hingga penyajian, dan kolaborasi strategis dengan perusahaan lain, seperti perusahaan garam, menjadi bukti keseriusan Galagoda dalam membangun bisnis yang berkelanjutan. Meskipun menghadapi tantangan seperti persaingan dan cuaca, Galagoda tetap teguh dengan visinya, membuktikan bahwa dengan strategi yang tepat, kedai kopi pun dapat berkembang pesat.

**Kata Kunci:** Galagoda Coffee Shop, kedai kopi, strategi bisnis, inovasi produk, mie, kopi, pemasaran tertarget, media sosial, event musik, kolaborasi strategis, studi kasus, keberhasilan bisnis, industri F&B.

### Abstract

*Amidst the hustle and bustle of the coffee shop industry, Galagoda Coffee Shop in Karawang has managed to steal the spotlight. Starting from a simple idea, this coffee shop has been operating for a year and has achieved success with a unique strategy. The owner, Mas Egi, in this interview, shares the secret behind his success. The main key lies in the smart combination of quality coffee and delicious noodle menu, a combination that has succeeded in attracting a variety of customers. Marketing strategies that focus on weekends and holidays, balanced with organic promotions through social media and music events, further strengthen Galagoda's appeal. Commitment to quality, from the selection of raw materials to*

### Article history

Received: Januari 2025

Reviewed: Januari 2025

Published: Januari 2025

Plagiarism checker no 77

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.365

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

*presentation, and strategic collaboration with other companies, such as salt companies, are proof of Galagoda's seriousness in building a sustainable business. Despite facing challenges such as competition and weather, Galagoda remains steadfast to its vision, proving that with the right strategy, coffee shops can also grow rapidly.*

*Keywords: Galagoda Coffee Shop, coffee shop, business strategy, product innovation, noodles, coffee, targeted marketing, social media, music events, strategic collaboration, case study, business success, F&B industry.*

## PENDAHULUAN

Di tengah pesatnya pertumbuhan ekonomi dan perubahan gaya hidup di Indonesia, industri kuliner mengalami transformasi yang signifikan. Salah satu segmen yang menunjukkan pertumbuhan eksponensial adalah industri kedai kopi. Kedai kopi bukan lagi sekadar tempat untuk menikmati secangkir kopi, melainkan telah berevolusi menjadi ruang sosial, tempat berkumpul, bekerja, dan bersantai. Persaingan di industri ini pun semakin ketat, menuntut para pelaku usaha untuk memiliki strategi bisnis yang inovatif dan efektif agar dapat bertahan dan berkembang. Dalam lanskap bisnis yang kompetitif ini, Galagoda Coffee Shop muncul sebagai sebuah studi kasus yang menarik.

Galagoda telah berhasil mencuri perhatian dan membangun basis pelanggan yang loyal dalam waktu relatif singkat, hanya satu tahun. Keberhasilan ini tidak lepas dari strategi bisnis yang terencana dengan baik, meliputi pemilihan produk, strategi pemasaran yang cermat, dan manajemen operasional yang efisien. Artikel ini akan melakukan penggalian mendalam terhadap strategi bisnis Galagoda Coffee Shop, menganalisis faktor-faktor keberhasilannya, dan memberikan wawasan berharga bagi para pelaku usaha di industri kedai kopi.

Galagoda Coffee Shop tidak hanya sekadar menyajikan kopi. Mas Egi, dengan jeli, mengidentifikasi kebutuhan pasar dan menyusun menu yang tepat. Kopi dan mie menjadi dua pilar utama yang menyokong kesuksesan kedai ini. Galagoda menyediakan berbagai varian kopi, mulai dari kopi Espresso yang sederhana hingga minuman kopi yang lebih kompleks seperti Himalayan Butterscoth ditawarkan untuk memenuhi selera pelanggan yang beragam. Kehadiran menu berbahan dasar mie juga hadir sebagai menu pendamping terbukti menjadi daya tarik tersendiri, melengkapi pengalaman menikmati kopi.

Aroma kopi yang menggoda dan alunan musik yang menenangkan, itulah yang pertama kali menyambut Anda di Galagoda Coffee Shop. Lebih dari sekadar kedai kopi, Galagoda telah berhasil menciptakan sebuah fase ketenangan di tengah hiruk pikuk kota karawang. Kisah sukses Galagoda dimulai dari sebuah mimpi sederhana, sebuah visi yang diwujudkan oleh Mas Egi, pemiliknya, dengan kerja keras dan dedikasi yang luar biasa. Namun, perjalanan menuju kesuksesan tidak selalu mulus. Mas Egi dan timnya menghadapi berbagai tantangan, dari persaingan bisnis yang ketat hingga fluktuasi harga bahan baku. Namun, dengan strategi yang tepat, keuletan, dan inovasi yang berkelanjutan, mereka mampu mengatasi setiap rintangan. Artikel ini akan menceritakan kisah inspiratif di balik kesuksesan Galagoda, mengungkapkan strategi bisnis, tantangan yang dihadapi, dan pelajaran berharga yang dapat dipetik dari perjalanan mereka. Semoga kisah Galagoda dapat menjadi inspirasi bagi Anda yang bermimpi membangun bisnis yang sukses dan berkelanjutan.

Di era digital ini, promosi efektif menjadi kunci. Mas Egi memilih strategi promosi organik melalui media sosial, membangun engagement dengan pelanggan potensial secara alami dan berkelanjutan. Selain itu, Galagoda secara berkala menyelenggarakan acara musik live, menciptakan suasana yang lebih meriah dan menarik minat pelanggan untuk berkunjung. Acara

ini juga terbukti efektif dalam meningkatkan brand awareness dan menciptakan pengalaman yang tak terlupakan.

Mas Egi juga menyadari pentingnya kolaborasi. Ia menjalin kerjasama dengan perusahaan di bidang lain, khususnya yang relevan dengan bisnisnya. Salah satu contohnya adalah kerjasama dengan perusahaan gudang garam untuk mendapatkan sponsor dalam event-event yang diadakan. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan sumber daya, tetapi juga memperluas jangkauan promosi dan membuka peluang baru.

Artikel ini akan mengulas secara mendalam strategi bisnis Galagoda, menganalisis kekuatan dan kelemahannya, serta mengeksplorasi bagaimana mereka mampu bertahan dan berkembang di pasar yang dinamis. Melalui wawancara eksklusif dengan pemiliknya, kita akan menyelami lebih dalam rahasia di balik kesuksesan Galagoda Coffee Shop, termasuk bagaimana mereka mengembangkan dan memasarkan menu mie unik yang menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan mereka.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam upaya memahami lebih dalam strategi bisnis dan faktor-faktor keberhasilan Galagoda Coffee Shop, penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi dengan cara yang mendalam dan mendetail, memberikan wawasan yang lebih holistik tentang dinamika yang terjadi di kedai kopi ini.

Langkah pertama dalam penelitian ini adalah melakukan wawancara mendalam dengan pemilik Galagoda, Mas Egi, serta beberapa karyawan dan pelanggan setia. Wawancara semi-terstruktur dilakukan untuk mengeksplorasi pengalaman mereka, tantangan yang dihadapi, dan strategi yang diterapkan dalam mengelola kedai kopi. Pertanyaan yang diajukan mencakup berbagai aspek, seperti pengembangan menu, pemasaran, dan manajemen operasional, dengan tujuan untuk memahami bagaimana semua elemen tersebut saling berinteraksi dalam kesuksesan Galagoda.

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung di lokasi kedai kopi. Observasi ini memberikan kesempatan untuk merasakan suasana, mengamati interaksi antara pelanggan dan staf, serta mencatat alur operasional kedai. Dengan cara ini, peneliti dapat memahami secara langsung bagaimana menu mie unik Galagoda diterima oleh pelanggan dan apa yang membuatnya berbeda dari kedai kopi lainnya.

Data sekunder juga dikumpulkan melalui studi dokumentasi. Peneliti menelaah laporan penjualan, promosi pemasaran, serta aktivitas di media sosial Galagoda. Analisis konten dari ulasan pelanggan di berbagai platform online memberikan perspektif tambahan tentang citra merek dan pengalaman pelanggan, yang sangat penting untuk memahami posisi Galagoda di pasar.

Setelah mengumpulkan data, analisis dilakukan secara tematik. Data dari wawancara dan observasi diidentifikasi dan dikelompokkan menjadi pola dan tema yang relevan, terkait dengan strategi bisnis dan faktor-faktor keberhasilan. Hasil dari analisis dokumen juga digunakan untuk mendukung temuan, memberikan konteks yang lebih kaya terhadap informasi yang sudah didapat.

Sebagai langkah untuk memastikan validitas data, peneliti melakukan triangulasi, yaitu membandingkan dan mengonfirmasi informasi dari berbagai sumber—wawancara, observasi, dan dokumentasi. Ini penting untuk mengurangi bias dan meningkatkan keakuratan temuan penelitian.

Dalam semua proses ini, prinsip etika penelitian dijunjung tinggi. Peneliti mendapatkan izin dari semua subjek wawancara sebelum melakukan wawancara, serta menjaga kerahasiaan data yang dikumpulkan. Semua informasi yang diperoleh akan digunakan hanya untuk tujuan penelitian, menjaga integritas dan kepercayaan subjek.

## TUJUAN PENELITIAN

- a. **Pengelolaan Tenaga Kerja**  
Salah satu tujuan utama penelitian ini adalah untuk memahami kendala yang dihadapi dalam pengelolaan tenaga kerja. Hal ini meliputi tantangan dalam merekrut, melatih, dan mempertahankan karyawan yang berkualitas. Penelitian ini akan menggali bagaimana pengelolaan sumber daya manusia dapat mempengaruhi produktivitas dan kepuasan pelanggan.
- b. **Pengelolaan Modal**  
Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi kendala dalam pengelolaan modal di Galagoda Coffee Shop. Aspek ini mencakup tantangan dalam pengelolaan keuangan, perencanaan anggaran, dan investasi untuk pengembangan bisnis. Memahami bagaimana manajemen modal dapat mempengaruhi keputusan strategis akan menjadi fokus utama.
- c. **Pengelolaan bahan baku**  
Kendala dalam pengelolaan bahan baku merupakan aspek penting lainnya yang akan diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tantangan dalam pengadaan, pengelolaan kualitas, dan pengendalian biaya bahan baku. Dengan memahami kendala ini, diharapkan dapat ditemukan solusi untuk meningkatkan efisiensi operasional.
- d. **Pemasaran**  
Terakhir, penelitian ini akan mengkaji kendala yang dihadapi dalam strategi pemasaran. Fokusnya adalah untuk mengetahui bagaimana keputusan pemasaran dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, seperti tren konsumen dan persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan yang mungkin mengganggu efektivitas strategi pemasaran Galagoda

## JENIS PENELITIAN

1. **Penelitian Kualitatif:**  
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial dan perilaku manusia secara mendalam. Dengan wawancara mendalam dan observasi, peneliti dapat menggali informasi mengenai kendala pengambilan keputusan dari perspektif pemilik, karyawan, dan pelanggan.
2. **Studi Kasus:**  
Galagoda Coffee Shop akan menjadi objek studi kasus. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyelidiki secara rinci tentang pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran dalam konteks yang spesifik. Dengan cara ini, peneliti dapat memberikan analisis yang komprehensif tentang tantangan dan strategi yang dihadapi oleh kedai kopi.
3. **Deskriptif:**  
Penelitian ini bersifat deskriptif karena bertujuan untuk menggambarkan kondisi dan kendala yang ada dalam pengambilan keputusan di Galagoda. Data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai tantangan yang dihadapi dan dampaknya terhadap operasional bisnis.
4. **Eksploratori:**  
Penelitian ini juga bersifat eksploratori, mengingat fokus pada pengidentifikasian kendala yang mungkin belum banyak diteliti sebelumnya. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menemukan faktor-faktor baru yang memengaruhi pengambilan keputusan di industri kedai kopi.

## WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN

Waktu Penelitian ini dilaksanakan selama pada tanggal 20 Desember 2024. Dalam periode ini, peneliti akan mengadakan wawancara, observasi, dan pengumpulan data lainnya secara

bertahap.

Penelitian ini akan dilaksanakan di **Galagoda Coffee Shop**, yang berlokasi di Nomor A3, Jl. Garuda H No. 3, RW. 5, Karawang Kulon, Kec. Karawang Barat, Kab. Karawang, Jawa Barat 41311.

## PROSEDUR PENELITIAN

### 1. Persiapan Awal:

- **Identifikasi Tujuan Penelitian:** Merumuskan tujuan penelitian yang jelas dan spesifik, termasuk fokus pada kendala dalam pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran.
- **Pengembangan Instrumen Penelitian:** Menyusun panduan wawancara dan format observasi untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

### 2. Pengumpulan Data:

- **Wawancara:**
  - Menghubungi pemilik, karyawan, dan pelanggan untuk menjadwalkan wawancara.
  - Melakukan wawancara semi-terstruktur, di mana peneliti akan mengajukan pertanyaan terbuka untuk menggali informasi mendalam mengenai kendala yang dihadapi.
  - Mencatat atau merekam wawancara dengan izin dari peserta.
- **Observasi:**
  - Melakukan observasi langsung di Galagoda Coffee Shop untuk memahami interaksi antara karyawan dan pelanggan, serta alur operasional.
  - Mencatat temuan dari observasi dalam bentuk catatan lapangan.
- **Studi Dokumentasi:**
  - Mengumpulkan data sekunder, seperti laporan penjualan, promosi pemasaran, dan konten dari media sosial Galagoda.
  - Mengkaji ulasan pelanggan di platform online untuk mendapatkan perspektif tambahan.

### 3. Analisis Data:

- **Transkripsi:** Mengubah rekaman wawancara menjadi teks untuk analisis lebih lanjut.
- **Pengkodean:** Mengidentifikasi tema dan pola dari data wawancara dan observasi dengan menggunakan teknik pengkodean tematik.
- **Analisis Tematik:** Menyusun dan menganalisis data berdasarkan tema yang muncul, menghubungkan temuan dengan kendala pengambilan keputusan yang diidentifikasi.

### 4. Validasi Data:

- Melakukan triangulasi dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi dan validitas temuan.

### 5. Penyusunan Laporan:

- Menyusun laporan penelitian yang mencakup latar belakang, metode, temuan, dan rekomendasi berdasarkan analisis.
- Menggunakan data yang diperoleh untuk memberikan wawasan yang mendalam mengenai kendala pengambilan keputusan di Galagoda Coffee Shop.

### 6. Presentasi Hasil:

- Menyampaikan hasil penelitian kepada pemilik Galagoda Coffee Shop dan pihak-pihak terkait, serta mempertimbangkan umpan balik untuk perbaikan lebih lanjut.

## DASAR PENGEMBANGAN TEORI

### a. Definisi Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah proses memilih satu alternatif dari beberapa pilihan yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu. Proses ini melibatkan identifikasi masalah, pengumpulan informasi, analisis opsi, dan pemilihan tindakan yang dianggap paling tepat.

Dalam konteks bisnis, pengambilan keputusan merupakan aspek krusial yang memengaruhi strategi dan operasional perusahaan.

## b. Gaya Pengambilan Keputusan

Gaya pengambilan keputusan merujuk pada cara individu atau kelompok dalam membuat keputusan. Beberapa gaya yang umum diidentifikasi antara lain:

- **Analitis:** Mengutamakan data dan analisis mendalam sebelum membuat keputusan.
- **Intuitif:** Mengandalkan insting dan pengalaman dalam mengambil keputusan.
- **Partisipatif:** Melibatkan anggota tim atau pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan.
- **Despotik:** Keputusan diambil secara sepihak oleh satu individu, tanpa melibatkan orang lain.

## c. Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan umumnya melalui beberapa tahap, yaitu:

1. **Identifikasi Masalah:** Menentukan isu atau tantangan yang perlu diatasi.
2. **Pengumpulan Informasi:** Mengumpulkan data dan fakta yang relevan untuk analisis.
3. **Penilaian Alternatif:** Mengidentifikasi berbagai opsi dan mengevaluasi kelebihan serta kekurangan masing-masing.
4. **Pemilihan Alternatif:** Memilih opsi terbaik berdasarkan analisis yang dilakukan.
5. **Implementasi Keputusan:** Melaksanakan keputusan yang telah diambil.
6. **Evaluasi Hasil:** Menilai dampak dari keputusan yang diambil untuk menentukan apakah tujuan tercapai.

## d. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan dapat dibagi menjadi dua pendekatan utama:

- **Rasional:** Melibatkan analisis logis dan sistematis dalam setiap tahap pengambilan keputusan. Proses ini mengutamakan data dan fakta untuk menghasilkan keputusan yang optimal.
- **Non-Rasional:** Mengakui bahwa pengambilan keputusan sering kali dipengaruhi oleh emosi, intuisi, dan keterbatasan informasi. Pendekatan ini mengandalkan pengalaman dan persepsi individu.

## e. Kualitas Keputusan

Kualitas keputusan adalah ukuran seberapa baik keputusan tersebut memenuhi tujuan yang diinginkan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas keputusan antara lain:

- **Relevansi Informasi:** Keakuratan dan kelengkapan data yang digunakan dalam proses pengambilan keputusan.
- **Analisis yang Mendalam:** Kemampuan untuk menganalisis alternatif dengan cermat.
- **Keterlibatan Pemangku Kepentingan:** Melibatkan pihak-pihak yang terkena dampak keputusan untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas.
- **Evaluasi Pasca Keputusan:** Menilai hasil dari keputusan yang diambil untuk pembelajaran di masa mendatang.

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai kendala pengambilan keputusan di Galagoada Coffee Shop memberikan gambaran mendalam tentang tantangan yang dihadapi dalam operasional sehari-hari. Analisis ini tidak hanya mencakup masalah yang dihadapi, tetapi juga menyoroti bagaimana pemilik dan manajemen dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk mengatasi kendala tersebut dan meningkatkan efisiensi serta kinerja bisnis.

### Kendala Pengelolaan Tenaga Kerja

Salah satu temuan utama dari penelitian ini adalah tingginya tingkat pergantian karyawan di Galagoada Coffee Shop. Fenomena ini, yang sering kali terjadi dalam industri layanan, berdampak signifikan pada kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan banyaknya

karyawan baru yang masuk dan keluar, proses pelatihan dan orientasi harus dilakukan berulang kali, yang tidak hanya memakan waktu tetapi juga sumber daya.

Dari wawancara dengan pemilik dan karyawan, terungkap bahwa banyaknya karyawan yang tidak bertahan disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk ketidakpuasan terhadap lingkungan kerja, kurangnya insentif, dan kurangnya pengembangan karir yang jelas. Hal ini menunjukkan perlunya strategi manajemen sumber daya manusia yang lebih komprehensif. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah menerapkan program insentif yang lebih menarik, serta menciptakan budaya kerja yang inklusif dan mendukung. Keterlibatan karyawan dalam pengambilan keputusan, misalnya melalui sesi umpan balik atau forum diskusi, dapat membantu manajemen memahami kebutuhan dan harapan karyawan, sehingga menciptakan lingkungan kerja yang lebih positif dan mengurangi turnover.

### **Kendala Pengelolaan Modal**

Kendala lain yang dihadapi oleh Galagoada adalah pengelolaan modal yang tidak optimal, terutama dalam menghadapi fluktuasi penjualan. Dalam wawancara, pemilik mengungkapkan kesulitan dalam merencanakan anggaran secara efektif. Ketidakpastian dalam penjualan menyebabkan kesulitan dalam mengalokasikan sumber daya, baik untuk pengadaan bahan baku maupun untuk biaya operasional lainnya

Untuk mengatasi masalah ini, penting bagi pemilik untuk mengadopsi pendekatan yang lebih analitis dalam pengelolaan keuangan. Penggunaan perangkat lunak akuntansi modern dapat membantu dalam memantau arus kas secara real-time, sehingga pemilik dapat membuat keputusan yang lebih tepat waktu dan berbasis data. Selain itu, diversifikasi produk dan promosi musiman bisa menjadi strategi yang efektif untuk menstabilkan pendapatan. Dengan memahami pola pembelian pelanggan sepanjang tahun, pemilik dapat merencanakan promosi yang sesuai untuk menarik pelanggan pada periode tertentu, mengurangi dampak fluktuasi penjualan.

### **Kendala Pengelolaan Bahan Baku**

Kendala dalam pengelolaan bahan baku juga menjadi sorotan dalam penelitian ini. Ketidakstabilan pasokan bahan baku dari pemasok sering kali mengganggu kualitas produk dan kemampuan kedai untuk memenuhi permintaan pelanggan. Observasi di lapangan menunjukkan bahwa keterlambatan pengiriman bahan baku berdampak negatif pada operasional, terutama saat ada lonjakan permintaan.

Penting bagi pemilik untuk menjalin hubungan yang lebih baik dengan pemasok. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi kinerja secara berkala dan mencari alternatif pemasok yang lebih andal. Selain itu, pemilik perlu mempertimbangkan diversifikasi pemasok untuk mengurangi ketergantungan pada satu sumber. Proses pengambilan keputusan dalam memilih pemasok juga perlu didasarkan pada analisis yang cermat mengenai kapasitas produksi dan reputasi pemasok. Dengan langkah-langkah ini, Galagoada dapat memastikan bahwa kualitas produk tetap terjaga dan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan.

### **Kendala Strategi Pemasaran**

Terakhir, kendala dalam strategi pemasaran juga menjadi perhatian serius. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemilik merasa kesulitan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, terutama dalam memanfaatkan platform digital. Di era digital saat ini, keberadaan media sosial sangat penting untuk menarik perhatian pelanggan baru, dan ketidakmampuan dalam memaksimalkan potensi ini dapat merugikan bisnis.

Untuk meningkatkan efektivitas pemasaran, Galagoada perlu melakukan analisis pasar yang lebih mendalam, termasuk memahami demografi dan preferensi pelanggan yang ditargetkan. Menggunakan data analitik untuk mengidentifikasi tren dan pola perilaku pelanggan dapat membantu dalam merancang kampanye pemasaran yang lebih tepat sasaran. Selain itu, pemilik dapat memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk dan acara secara lebih aktif. Melakukan survei pelanggan untuk mendapatkan umpan balik dan memahami

efektivitas promosi yang ada juga akan sangat membantu dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih baik di masa depan.

## Tabel hasil penelitian

Tabel 1. Skor hasil dari penelitian

Kategori	Isu Utama	Skor Dampak (1-10)
Manajemen Karyawan	Tingkat perputaran karyawan tinggi	8
Manajemen Keuangan	Kesulitan dalam penganggaran	6
Rantai Pasokan	Pengiriman pemasok tidak konsisten	7
Strategi Pemasaran	Promosi tidak efektif	5

Tabel ini menunjukkan bahwa tantangan terbesar yang dihadapi Galagoda Coffee Shop berasal dari manajemen karyawan dan rantai pasokan. Dengan memahami isu-isu ini, manajemen dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk mengatasi masalah dan meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

## Implementasi Strategi Pengembangan Galagoda Coffee Shop

Dalam upaya meningkatkan kinerja dan keberlanjutan Galagoda Coffee Shop, pemilik, Mas Egi, berkomitmen untuk menerapkan beberapa strategi terintegrasi yang akan membantu mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi. Dengan pendekatan yang holistik, setiap aspek bisnis akan diperkuat untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan.

### Pengelolaan Tenaga Kerja

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi Galagoda adalah tingginya tingkat perputaran karyawan. Untuk mengatasi masalah ini, Mas Egi memutuskan untuk menerapkan program insentif yang menarik. Program ini akan mencakup bonus kinerja berdasarkan pencapaian individu dan tim, serta peluang pengembangan karir. Dengan cara ini, karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk berkontribusi lebih baik.

Selain itu, Mas Egi menyadari pentingnya membangun budaya kerja yang positif. Ia berencana untuk mengadakan sesi umpan balik rutin di mana karyawan dapat berbagi pendapat dan ide mereka. Dengan melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan, diharapkan akan tercipta lingkungan kerja yang inklusif dan mendukung, yang pada gilirannya akan mengurangi tingkat perputaran karyawan.

### Pengelolaan Modal

Dalam hal pengelolaan modal, Mas Egi menghadapi tantangan dalam merencanakan anggaran yang efektif. Untuk memperbaiki kondisi ini, ia merencanakan untuk mengadopsi perangkat lunak akuntansi yang modern. Dengan menggunakan perangkat lunak ini, ia dapat memantau arus kas secara real-time, membuat keputusan yang lebih tepat waktu, serta mengalokasikan sumber daya dengan lebih efisien.

Selain itu, untuk menstabilkan pendapatan, Mas Egi berencana untuk mendiversifikasi produk dan menawarkan promosi musiman. Dengan memahami pola pembelian pelanggan, ia dapat merancang kampanye promosi yang menarik pada waktu-waktu tertentu, sehingga membantu mengurangi dampak fluktuasi penjualan.

### Pengelolaan Bahan Baku

Kendala dalam pengelolaan bahan baku juga menjadi perhatian utama. Untuk meningkatkan stabilitas pasokan, Mas Egi akan menjalin hubungan yang lebih baik dengan pemasok. Ia berencana untuk melakukan evaluasi kinerja pemasok secara berkala dan mencari alternatif pemasok yang lebih andal. Dengan diversifikasi pemasok, Galagoda dapat mengurangi ketergantungan pada satu sumber dan memastikan kualitas bahan baku yang diterima tetap terjaga.

Dengan pendekatan ini, Galagoda tidak hanya akan menjaga kualitas produk, tetapi juga mampu memenuhi permintaan pelanggan secara konsisten, terutama saat terjadi lonjakan permintaan.

## Pemasaran

Dalam dunia yang semakin digital, pemasaran menjadi salah satu elemen kunci untuk menarik pelanggan baru. Mas Egi menyadari bahwa strategi pemasaran yang lebih efektif diperlukan untuk meningkatkan visibilitas Galagoda. Oleh karena itu, ia berencana untuk melakukan analisis pasar yang mendalam untuk memahami demografi dan preferensi pelanggan yang ditargetkan.

Selain itu, pemanfaatan media sosial akan menjadi fokus utama dalam strategi pemasaran. Mas Egi akan aktif mempromosikan produk dan acara melalui platform media sosial, serta melakukan survei kepada pelanggan untuk mendapatkan umpan balik mengenai efektivitas promosi yang ada. Dengan cara ini, Galagoda dapat merancang kampanye pemasaran yang lebih tepat sasaran dan relevan dengan kebutuhan pelanggan.

## KESIMPULAN

Dari penelitian mengenai strategi pengembangan Galagoda Coffee Shop di Karawang, dapat disimpulkan bahwa kesuksesan kedai kopi ini tidak terlepas dari penerapan strategi bisnis yang inovatif dan terencana. Meskipun menghadapi beberapa tantangan, termasuk tingkat perputaran karyawan yang tinggi, pengelolaan modal yang tidak optimal, ketidakstabilan pasokan bahan baku, dan strategi pemasaran yang kurang efektif, Galagoda mampu mempertahankan kualitas dan menarik pelanggan dengan kombinasi unik antara kopi dan menu mie. Komitmen terhadap kualitas, promosi yang efektif melalui media sosial, serta kolaborasi strategis dengan perusahaan lain, menjadi faktor kunci dalam membangun bisnis yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Lestari, A. (2020). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Sejahtera.
- Widodo, S. (2018). *Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah: Teori dan Praktik untuk UMKM Coffee Shop*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Siregar, T. (2019). *Manajemen Bisnis Coffee Shop: Dari Rencana Bisnis hingga Keberlanjutan UMKM*. Bandung: Alfabeta.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Peluang dan Tantangan Pengembangan UMKM Coffee Shop di Era Digital*. Diakses dari <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Supriyanto, D. (2023). "Strategi UMKM Coffee Shop untuk Bertahan di Tengah Persaingan Ketat". *Bisnis UMKM Digital*. Diakses dari <https://www.bisnisumkmdigital.co.id>