ARTIKEL

ANALISIS PENERAPAN STRATEGI SWOT UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KOPI DI RUMAH INDUSTRI KOPI MASBREW

Oleh:

HARIS SUSANTO

14.1.02.02.0203

Dibimbing oleh :

1. **Edy Djoko Soeprajitno, S.E., M.M**
2. **Basthoumi Muslih, S.Pd., M.M**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Haris Susanto
NPM	: 14.1.02.02.0203
Telepun/HP	: 081335749486
Alamat Surel (Email)	: kecapharid@gmail.com
Judul Artikel	: Analisis Penerapan Strategi SWOT Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Kopi di Rumah Industri Kopi Masbrew.
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jalan Kh. Achmad Dahlan nomer 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis**)** dan bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 31 Juli 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Lilia Pasca Riani. M.Sc NIDN. 0718048502	Basthoumi M, S.Pd, M.M NIDN. 0701018607	Vicky Dwi Anggara Putra NPM : 14.1.02.02.0267

ANALISIS PENERAPAN STRATEGI SWOT UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KOPI DI RUMAH INDUSTRI KOPI MASBREW

Haris Susanto
14.1.02.02.0203
Ekonomi - Manajemen
Kecapharid@gmail.com
Edy Djoko Soeprajitno, S.E., M.M
Basthoumi Muslih, S.Pd., M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Rumah Industri Kopi Masbrew merupakan rumah industri pengolahan kopi yang berada di perumahan Villa Satwika B53 jalan Ki Mangunsarkoro, Boyolangu, Tulungagung. Potensi produksi dan pengolahan kopi layak dikembangkan mengingat luas tanaman kopi sebagai bahan baku sangat tersedia namun seringkali banyak masyarakat yang belum tau dengan kopi yang dihasilkan dari Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memformulasikan strategi pengembangan usaha yang tepat dan meningkatkan penjualan pada usaha pengolahan kopi di Rumah Industri Kopi Masbrew melalui analisis SWOT dengan menganalisa faktor lingkungan internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta faktor lingkungan eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman.

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan dilakukan dengan teknik wawancara. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian dengan analisis SWOT menunjukkan bahwa berdasarkan analisis pada tabel matriks evaluasi EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) dimana faktor peluang (*opportunity*) mempunyai subtotal 1.55, sedangkan faktor ancaman (*threat*) mempunyai subtotal 0.7, Sementara hasil hasil analisis pada tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dimana faktor kekuatan (*strengths*) mempunyai subtotal 2.55, sedangkan faktor kelemahan (*weakness*) mempunyai subtotal 1.1, Hasil subtotal tersebut menunjukkan bahwa posisi usaha Rumah Industri Kopi Masbrew berada pada diagram 1, yaitu bahwa strategi yang digunakan dalam mengembangkan usahanya adalah strategi *growth* yang mendukung pertumbuhan agresif, yaitu memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan terus melakukan strategi engembangan.

KATA KUNCI : analisis kekuatan, analisis kelemahan, analisis peluang, analisis ancaman ,

LATAR BELAKANG

Kopi merupakan komoditas tropis utama yang diperdagangkan di seluruh dunia dengan kontribusi setengah dari total ekspor komoditas tropis. Popularitas dan daya tarik dunia terhadap kopi utamanya dikarenakan rasanya yang unik serta didikung oleh faktor sejarah, tradisi, sosial dan kepentingan ekonomi (Ayelign et, 2013).

Pasar kopi sudah menjadi Industri yang besar saat ini. Para pemain dalam industri ini saling menawarkan kelebihannya baik itu kelebihan maupun nilai lebih yang yang akan diberikan kepada konsumen baik dari segi produk, layanan dan lainnya untubisa menghadapi persaingan bisnis di zaman sekarang ini. Semakin meningkatnya persaingan industri kopi, maka masalah perencanaan strategi makin dibutuhkan, perusahaan harus merancang strategi untuk mencapai tujuan sehingga hasil yang diinginkan berupa meningkatnya penjualan serta profitabilitas yang tinggi dapat dicapai. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, program tindakan lanjut, serta perioritas alokasi sumber daya. (Rangkuty, 2016:3)

Dalam menetapkan strategi yang tepat maka perusahaan dapat menggunakan metode analisis SWOT, dimana dengan metode analisis SWOT ini perusahaan dapat mengenali kekuatan dan kelemahannya dalam persaingan bisnis. Hal tersebut akan sangat membantu perusahaan dalam mengenali diri, serta memanfaatkan peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman. Analisis SWOT membantu perusahaan mengidentifikasi untuk meminimalkan pengaruh kelemahan dalam bisnis sambil memaksimalkan kekuatan, sehingga perusahaan dapat meraih peluang pasar yang ada.

Rumah Industri Kopi Masbrew merupakan sebuah industri yang menghasilkan olahan kopi Nusantara, yang berada di Kecmatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung. Rumah Industri Kopi Masbrew menjadi salah satu industri kopi olahan pertama di Kabupaten Tulungagung yang sudah cukup dikenal dan memiliki pangsa pasar yang cukup luas dan dikenal dengan pengolahan kopi yang baik mempunyai cita rasa yang khas. Ada beberapa kedai kopi, cafe serta rumah makan yang kopinya diambilkan dari produk Rumah Industri Kopi Masbrew, diantaranya adalah Espresso Cafe, E-Choes Cafe, Photocoffee Cafe, Rumah Makan WINA Joglo, dan masih banyak lagi.

Dengan menganalisis melalui analisis SWOT yang akan dilakukan, maka Rumah Industri Kopi Masbrew akan bisa

menggunakan strategi tersebut untuk mengoptimalkan operasinya agar bisa memperoleh profit secara maksimal, mengatasi masalah-masalah yang dihadapi Rumah Industri Kopi Masbrew, dan bisa unggul dalam persaingan di aktivitas tersebut. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti melakukan penelitian ini dengan judul "Analisis Penerapan Strategi SWOT Untuk Meningkatkan Produk Kopi di Rumah Industri Kopi Masbrew.

METODE

Analisis SWOT diartikan sebagai "evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman". Kotler (2008:8), analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan intyernal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif yaitu untuk mrngetahui atau menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti, sehingga memudahkan penulis untuk mendapatkan data yang obyektif dalam rangka mengetahui dan memahami strategi di Rumah Industri Kopi Masbrew. Menurut Meloeng (2010:4) "metode kualitatif merupakansebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang maupun perilaku yang diamati", sedangkan menurut Sugiyono (2016:8), "metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah".

HASIL DAN KESIMPULAN

Dengan dilakukannya strategi menggunakan analisis SWOT maka rumah Industri Kopi masbrew dapat mengambil keputusan yang siftanya stratejik, sebagai keputusan yang stratejik maka harus dilakukan analisis yang mendetail tentang Rumah Industri Kopi Masbrew sehingga mendapatkan titik tenuantara faktor-faktor lingkungan internal dan faktor-faktor lingkungan eksternal denganmenghubungkan kedua faktor tersebut maka suatu tujuan dan sasaran dapat dicapai. Untuk mengetahui yang dibutuhkan perusahaan maka Rumah Industri Kopi Masbrew harus mengidentifikasi dan menganalisis strategi dengan menggunakan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan sebagai berikut;

A. Kekuatan (Strengths) pada Rumah Industri Kopi Masbrew

   Rumah Industri Kopi Masbrew dalam mnjalnkan usahanya memiliki

kekuatan-kekuatan yang secara umum dimiliki oleh industri dalam menjalankan usahanyaantara lain sebagai berikut;

1. Mempunyai brand Image, yaitu nama yang sudah di kenal ssebagai penghasil olahan kopi yang baik.
2. Memiliki good will (nama baik)
3. Mempunyai ciri kopi khas yang berbeda
4. Mempunyai varian kopi yang banyak, antara lainnya kopi lokal dan kopi non lokal.
5. Fasilitas yang memadai
6. Mempunyai letak lokasi yang strategis yaiyu di tengah kabupaten
7. Memiliki harga menu yang terjangkau bagi kalangan menengah ke bawah dan menengah ke atas.
8. Sistem manajemen yang baik

B. Kelemahan (weakness) pada Rumah Industri Kopi Masbrew

Rumah Industri Kopi Masbrew dalam melakukan usahanya mempunyai kelemahan yang menjadi ancaman-ancaman yang mungkin terjadi dimasa yang akan datang, yang dapat menghambat keberhasilan usaha. Adapun yang menjadi kelemahan Rumah Industri Kopi Masbrew antara lain sebagai berikut;

1. Mempunyai letak lokasi yang kurang strategis yaitu didalam perumahan, sehingga tidak bisa dilihat kalangan orang banyak seperti yang lokasinya dipimggir jalan.
2. Kurangnya akses media sosial dalam promosi.
3. Tempat pengolahan masih tergolong kecil dan sederhana.

C. Peluang (opportunity) pada Rumah Industri Kopi Masbrew

Peluang merupakan suatu hal yang dapat dimanfaatkan oleh Rumah Industri Kopi Masbrew untuk tetap dapat mengembangkan usahanya. Adapun yang menjadi peluang pada Rumah Industri Kopi Masbrew antara lain sebagai berikut;

1. Potensi pasar yang manjanjikan seperti para masyarakat umum dan kedai kopi yang belum mempunyai produk kopi nusantara, para penikmat maupun pecinta kopi yang mencari rasa kopi yang asli dan khas.
2. Hubungan dengan pelanggan dengan memberikan keterbukaan dengan pelanggan, memberikan keramah-tamahankepada setiap pembeli.

3. Mempunyai kerjasama dengan pihak lain, salah satunya dengan mensuplai produk kopi ke beberapa kedai kopi, cafe serta rumah makan,

D. Ancaman (threats) pada Rumah Industri Kopi Masbrew

Ancaman merupakan hambatan dalam melakukan usaha, sehingga menjadi suatu kendala yang besar dalam mengembangkan usahanya. Adapun yang menjadi ancaman Rumah Industri Kopi Masbrew antara lain sebagai berikut;

1. Strategi pesaing yang semakin inovatif dan kreatif sehingga memberikan ancaman kepada Rumah Industri Kopi Masbrew.
2. Banyak pesaing yang meniru dengan konsep kopi nusantara, sehingga banyak terjadi pilihankepada konsumen untuk memilih produk kopi nusantara.

Analisis SWOT

Tabel 4.3

analisis SWOT pada rumah Industri kopi Masbrew.

	Kekuatan	**Kelemahan**
	➢ Mempunyai *brand image* ➢ Mempunyai ciri khas berbeda ➢ Varian kopi banyak ➢ Fasilitas memadai ➢ Letak strategis di tengah kota ➢ Harga terjangkau ➢ Sistem manajemen yang baik	➢ Letak lokasi dalam perumahan ➢ Kurangnya akses media online dalam promosi ➢ Tempat pengolahan tergolong sederhana
	Peluang ➢ Potensi pasar yang baik ➢ Hubungan dengan pelanggan yang baik ➢ Mempunyai kerjasama dengan pihak lain	Ancaman ➢ Strategi pesaing ➢ Banyak pesaing meniru konsep

Sumber: Diolah Peneliti, 2018

Tabel 4.4

IFAS

faktor-faktor strategi internal	bobot	ratring	bobot dan rating	komentar
kekuatan				
1. mempunyai brand image	0.1	3	0.3	kualitas kopi yang baik
2. mempunyai ciri khas berbeda	0.1	3	0.3	belum ada kopi sejenisnya
3. varian kopi yang banyak	0.2	3	0.6	kopi lokal dan non lokal
4. fasilitas memadai	0.2	2	0.4	ruang kerja bersih
5. letak strategis di tengah kota	0.1	2	0.2	lokasi banyakorang tau
6. harga terjangkau	0.15	3	0.45	ekonomis
7. sistem manajemen yang baik	0.1	3	0.3	disiplin kerja
subtotal	0.95		2.55	
kelemahan				
1. letak didalam perumahan	0.1	3	0.3	kurang dilihat banyak orang
2. kurangnya akses sosmed	0.2	3	0.6	masih dalam kategori sederhana
3. pengolahan sederhana	0.1	2	0.2	manual

subtotal	0.4		1.1	
total	1.35		3.65	

Pengolahan Data Internal Rumah Industri Kopi Masbrew

Sumber: diolah oleh peneliti, 2018

Tabel 4.5

EFAS

faktor-faktor strategi eksternal	bobot	ratring	bobot dan rating	komentar
peluang				
1. potensi pasar luas	0.1	4	0.4	belum ada kopi sejenisnya
2. hubungan dengan pelanggan baik	0.2	2	0.4	akrab dengan calon pembeli
3. meningkatkan promosi	0.05	3	0.15	aktif dalam pameran dan promosi
4. kerjasama dengan pihak lain	0.25	4	1	peningkatan jumlah produksi
subtotal	0.6		1.95	
1. strategi pesaing lebih bagus	0.2	2	0.4	perlu strategi baru
2. banyak pesaing baru	0.15	2	0.3	mengikuti trend masyarakat
subtotal	0.35		0.7	
total	0.95			

Pengolahan Data Eksternal Rumah Industri Kopi Masbrew

Sumber: diolah oleh peneliti, 2018

Analisis tabel 4.5, menunjukkan bahwa untuk faktor peluang nilai skornya 1,55, sedangkan faktor ancaman sebesar 0.7, selanjutnya nilai total skor dari masing masing faktor dapat diperinci; kekuatan 2.55, kelemahan 1.2, peluang 1.5, dan ancaman 0.7. Maka ddiketahui nilai kekuatan diatas nilai kelemaha dengan selisih 2.3, sedangkan nilai peluang diatas nilai anacman dengan selisih 0.85. Dari hasil identifikasi tersebut dapat dibuat digram SWOT dengan bentuk diagram cartesius pada diagram 4.1.

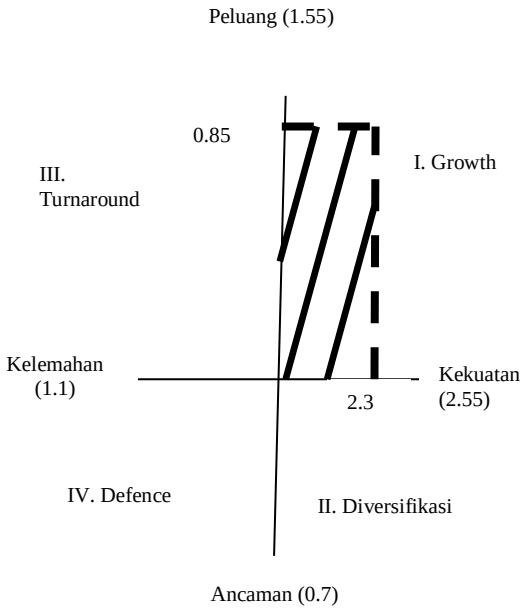

Diagram 4.1. Diagram *Cartesius* Hasil pengolahan data internal dan eksternal Rumah Industri Kopi Masbrew

Sumber: diolah peneliti, 2018

a. Kuadran 1 (Growth) merupakan situasi yang sangat menguntungkan, industri memiliki pwluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.
b. Kuadran 2 (Stabilitas) meskipun menghadapi berbagai ancaman industri masih memiliki kekuatan dari segi internal
c. Kuadran 3 (Defence) industri menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak ia menghadapi kendala/kelemahan internal.
d. Kuadran 4 (Diversifikasi) merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan dimana

perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Pada diagram 4.1. dapat dilihat berdasarkan diagram *Cartesius*, Rumah Industri Kopi Masbrew berada pada kuadran 1 dengan alternatif strategi *Growth* yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growht Oriented Strategy*), yaitu memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan terus melakukan strategi pengembangan yang dapat meningkatkan penjualan.

Tabel 4.6

Matriks SWOT pada Rumah Industri Kopi Masbrew

FAKTOR INTERNAL / **FAKTOR EKSTERNAL**	KEKUATAN (STRENGTHS-S) a. Mempunyai brand image b. Memiliki good will (nama baik) c. Mempunyai ciri khas yang berbeda d. Varian kopi yang banyak e. Fasilitas yang memadai f. Memiliki harga yang terjangkau g. Sistem manajemen yang baik	KELEMAHAN (WEAKNESSES-W) a. Mempunyai letak lokasi yang kurang strategis b. Kurangnya menggunakan media online dalam promosi c. Tempat pengolahan masih tergolong kecil dan sederhana
PELUANG (OPPORTUNIES-O) a. Potensi pasar b. Hubungan dengan pelanggan c. Meningkatkan promosi d. Mempunyai kerja sama dengan pihak lain	STRATEGI SO a. Rumah Industri Kopi Masbrew mempunyai kesempatan dalam memperluas potensi pasar yang bagus b. Hubungan yang baik terjalin antara pengelola dengan para pelanggan c. Meningkatkan promosi d. Meningkatkan perbedaan produk sehingga dapat melihat posisi pesaing	STRATEGI WO a. Meningkatkan potensi pasar b. Meningkatkan fasilitas c. Menambah variasi kopi d. Memvariasi harga
ANCAMAN (THREATS-T) a. Strategi pesaing b. Banyak pesaing yang meniru strategi yang dilakukan Rumah Industri Kopi Masbrew	STRATEGI ST a. Meningkatkan strategi-strategi yang menjadi keunggulan dalam bersaing b. Meningkatkan suatu simbol atau ciri khas Rumah Industri Kopi Masbrew	STRATEGI WT a. Meningkatkan strategi pemasaran yang kompetitif. b. Meningkatkan sarana Rumah Industri Kopi Masbrew

Sumber: Diolah Peneliti, 2018

PENUTUP

1. Temuan

   Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diperoleh beberapa temuan sebagai berikut;

   a. Hasil analisis data nilai faktor internal yaitu 3.65, didapat dari total penjumlahan rating dikalikan bobot faktor kekuatan dengan kelemahan Rumah Industri Kopi Masbrew, nila kekuatan yang paling tinggi ada dipoin “varian kopi yang banyak”. Menunjukkan bahwa varian koopi yang banyak di Rumah Industri Kopi

Masbrew sangat berpengaruh besar terhadap kelangsungan industrinya.

b. Nilai kelemahan paling tinggi terdapat pada poin "kurangnya akses pada media sosial dalam promosi". Menunjukan bahwa Rumah Industri Kopi Masbrew kurang diketahui masyarakat dikarenakan kurang dalam promosi media online.

c. Hasil analisi dari nilai faktor eksternal yaitu 2.55, didapat dari total penjumlahan rating dikalikan bobot faktor peluang dari ancaman perusahaan. Nilai peluang paling tinggi terdapat pada poin "mempunyai kerjasama dengan pihak lain". Menunjukkan kerjasam dengan pihak lain sangat membantu dalam proses kelangsungan industrinya.

d. Nilai ancaman paling tinggi terdapat pada poin "strategi pesaing lebih bagus" menunjukkan Rumah Industri Kopi Masbrew harus selalu mempunyai strategi-strategi jitu yang dapat diselaraskan dengan kebutuhan konsumen.

e. Penentuan strategi yang dapat digunakan Rumah Industri Kopi Masbrew adalah dengan analisis Matriks SWOT yaitu strategi SO, meningkatkan promosinya dan menggunakan peluang potensi pasar, strategi WO, meningkatkan produk, menambah varian kopi dan memvariasi harga, untuk strategi ST, mempertahankan ciri khas serta meningkatkan keunggulan yang dimiliki Rumah Industri Kopi Masbrew, untuk strategi WT, yaitu meningkatkan strategi penjualan yang kompetitif dan meningkatkan produksi di Rumah Industri Kopi Masbrew.

2. Implikasi

Hasil analisis data mengenai posisi perusahan dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha industri pengelolaan rumah Industri Kopi Masbrew berada dalam fase pertumbuhan dengan di buktikannya hasil dari diagram kartesius pengelolaan data eksternal dan data internal berada dalam kuadran 1, yang artinya perusahaan memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan terus melakukan strategi pengembangan yang dapat meningkatkan penjualan produk kopi di Rumah industri Kopi Masbrew.

3. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran/rekomendasi yang dapat diberikan sebagai berikut;

a. Dengan masih sederhananya perlrngkapan produksi kopi, maka Rumah Industri Kopi saat ini harus mulai menyiapkan peralatan-peralatan usaha yang dapat memungkinkan memudahkan dalam proses produksi kopi.
b. Strategi promosi yang diterapkan lebih menekankan pada pengenalan produk seperti promosi pada media online dan media sosial, dan juga tidak ketinggalan dengan ikut seminar ataupun bazar-bazar agar produk lebih dikenal masyarakat luas.
c. Sebagai rumah industri yang masih berusia muda, Rumah Industri Kopi Masbrew dihapkan lebih mewaspadai ancaman usaha mengingat banyak sekali pesaing-pesaing baru yang mungkin akan memiliki strategi dan manajemen yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Ayelign , A. 2013. Determinaton of Chlorogenic Acids (ACG) in Coffee Beans Using HPLC. *American Journal of Reseach Communication*, 78-79.

Bungin, B. 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu social.* Jakarta: Kencana Prenama Media Group .

Moleong , L. 2010. *Metedologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosada Karya.

Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.