

ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA USAHA KULINER (STUDI KASUS PADA DOPPIO. ME COFFEE)

Desi Wijaya¹, Mario Andrias Kiton²

STMB MULTI SMART

Jalan Pajak Rambe Martubung, Kec.Medan Labuhan, Medan, Sumatera Utara 20252

Email: desiwijaya52@gmail.com¹, Mario.kiton05@gmail.com²

Abstrak – Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis strategi Doppio. me coffee medan dalam meningkatkan daya saing menggunakan analisis SWOT. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan wawancara. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa dalam meningkatkan daya saing pada Doppio. me coffee medan sudah ada beberapa strategi yang dilakukan oleh Doppio. me coffee medan namun belum sepenuhnya dijalankan, seperti dari strategi *WO* yaitu membuat daftar menu yang tidak tersedia pada hari tersebut, menambah area lokasi parkir kendaraan roda 4 (empat) dan selalu menyediakan stok bajan kopi untuk setiap menu yang ada di daftar menu. Doppio. me coffee medan sebaiknya selangkah lebih maju dalam menciptakan strategi bersaing dan menambah variasi menu yang ada dibandingkan coffe shop sejenis lainnya, dan mulai memperhatikan beberapa strategi yang belum sepenuhnya dijalankan, yaitu dari strategi *WO*, agar Doppio. me coffee medan dapat terus *survive* dan bersaing dengan usaha sejenis lainnya.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Daya Saing

1. PENDAHULUAN

Kegiatan bisnis makanan dan minuman yang sering juga disebut sebagai usaha kuliner tentu erat kaitannya dengan berbagai jenis perubahan yang diakibatkan oleh lingkungan eksternal dan internal. Suatu perubahan positif tentu sangat diharapkan oleh para pelaku bisnis ini karena akan sangat menguntungkan baginya namun perubahan negatif dapat menjadi gangguan bisnis yang serius jika tidak diantisipasi dengan baik. Oleh karena itu, para pelaku bisnis kuliner harus dapat memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup usahanya, baik secara eksternal maupun internal. Dalam lingkungan bisnis kuliner sering terjadi perubahan yang tidak terduga kearah persaingan yang semakin terbuka dan sangat ketat sehingga kegiatan bisnis ini harus memiliki kemampuan untuk melakukan strategi diferensiasi produk maupun jasa serta layanan sehingga dalam persaingan dapat mencapai keunggulan secara kompetitif. Kota Medan sebagai kota yang dikenal dalam wisata kuliner tentu merupakan fenomena tersendiri akan munculnya persaingan usaha sejenis yang semakin banyak. Hal ini dapat terlihat hampir di setiap sudut kota Medan, usaha kuliner tumbuh seperti “jamur” di musim hujan dan hal ini juga didukung hasil penelitian tentang karakteristik operasional usaha mikro di Kota Medan menunjukkan bahwa dari beberapa jenis usaha pada skala mikro kecil dan menengah ternyata usaha kuliner menjadi yang pertama dalam pilihan individu untuk memulai usaha serta usaha ini juga yang memiliki pendapatan tertinggi dibanding usaha pakaian dan kain[1] Kemunculan berbagai jenis usaha kuliner membuat penerapan strategi bersaing akan semakin dinamis dan bergerak sangat cepat oleh sebab itu diperlukan analisis SWOT. Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* atau yang sering disingkat SWOT adalah alat analisis yang memungkinkan untuk menentukan langkah-langkah strategi yang akan dilakukan dalam menghadapi persaingan dan analisis SWOT juga sangat diperlukan oleh Doppio. me coffee Medan dalam perencanaan dan peningkatan strategi persaingan usahanya oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang analisis SWOT pada Doppio. me coffee Medan.

Rumusan masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing pada Doppio. me coffee Medan?

Batasan masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini untuk mengkaji strategi Doppio. me coffee Medan dengan menggunakan analisis SWOT.

Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi Doppio. me coffee Medan dalam meningkatkan daya saing dengan analisis SWOT.

Manfaat penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Bagi Doppio. me coffee medan
Dapat memberikan saran dan masukan dalam meningkatkan daya saing dengan analisis *SWOT*.
2. Bagi peneliti
Dapat memperdalam pengetahuan peningkatan daya saing dengan menggunakan instrumen analisis *SWOT*.
3. Bagi pihak lain
Sebagai referensi serta perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang mengenai analisis *SWOT* dalam meningkatkan daya saing.

2. LANDASAN TEORI

Daya saing

Daya saing adalah kata dayaa dalam kalimat daya bermakna kekuatan dan kata saing berarti mencapai lebih dari yang lain atau beda dengan yang lain dari segi mutu atau memiliki keunggulan tertentu. Artinya daya saing dapat bermakna kekuatan unggul dalam hal tertentu yang dilakukan seseorang, kelompok atau institusi tertentu[2]. Daya saing merupakan kemampuan usaha suatu perusahaan dalam industri untuk mengadapi berbagai lingkungan yang dihadapi dan daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan serta sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya atau biasa disebut keunggulan kompetitif [3]. Daya saing merupakan konsep yang merujuk pada kemampuan suatu perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya untuk menciptakan nilai dan daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien[4]. Daya saing adalah upaya yang harus dilakukan oleh pelaku usaha untuk tetap bertahan dalam pengembangan kegiatannya [5]. Daya saing sebagai inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan dan daya saing menentukan ketepatan aktifitas perusahaan yang dapat mendukung kinerjanya, seperti inovasi atau pelaksanaan yang baik [6]. Persaingan kegiatan bisnis adalah perlombaan untuk memperoleh posisi pasar dan pengaruh pasar serta untuk memiliki kompetensi inti, perusahaan harus memiliki tiga kriteria: (a) nilai bagi pelanggan (*customer perceived value*), yaitu keterampilan yang memungkinkan suatu perusahaan menyampaikan suatu manfaat yang fundamental kepada pelanggan, (b) diferensiasi bersaing (*competitor differentiation*), yaitu kemampuan yang unik dari segi daya saing, jadi ada perbedaan antara kompetensi yang diperlukan (*necessary*) dan kompetensi pembeda (*differentiating*), (c) dapat diperluas (*extendability*) karena kompetensi inti merupakan pintu gerbang menuju pasar masa depan, kompetensi ini harus memenuhi kriteria manfaat bagi para pelanggan dan keunikan bersaing. Selain itu kompetensi inti harus dapat diperluas sesuai dengan keinginan konsumen masa depan [6]. Pentingnya daya saing adalah untuk: (a) mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri, (b) meningkatkan kinerja ekonomi dan mendorong pertumbuhan ekonomi dalam konteks ekonomi lokal dan jumlah agen ekonomi, (c) keyakinan bahwa mekanisme pasar akan menghasilkan lebih banyak efisiensi[3].

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk membuat rencana strategis bisnis (*strategic business plan*) dan hal ini bertujuan untuk mengembangkan strategi jangka panjang yang secara jelas mencapai arah dan tujuan perusahaan dan memungkinkan semua pengambilan keputusan serta perubahan perilaku untuk menghadapi pesaing. Metode analisis SWOT adalah metode analisis paling dasar yang membantu melihat suatu topik atau masalah dari empat sudut pandang yang berbeda. Hasil analisis biasanya berupa petunjuk atau rekomendasi untuk mengurangi kelemahan, menghindari ancaman dengan tetap mempertahankan kekuatan dari segi peluang yang ada dan meningkatkan keuntungan. Bila digunakan dengan benar, analisis ini dapat membantu mengidentifikasi keadaan yang telah dilupakan atau sudah lama tidak terlihat. Analisis SWOT adalah alat yang berguna untuk melakukan analisis strategis. Analisis SWOT berperan sebagai alat untuk meminimalisir kelemahan-kelemahan yang ada pada suatu perusahaan atau organisasi dan memitigasi dampak dari ancaman yang muncul dan harus dihadapi. Analisis SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*) dari lingkungan internal dan peluang (*Opportunities*) serta ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal [7]. Analisis SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber daya yang dimiliki usaha atau perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal serta tantangan-tantangan yang dihadapi [7]. Analisis SWOT secara sistematis adalah instrumen mengidentifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi korporasi atau organisasi[8]. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari suatu proyek atau inferensi bisnis. Keempat elemen ini membentuk akronim SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman). Proses ini melibatkan penentuan tujuan spesifik untuk perusahaan atau proyek spekulatif, mendukung tujuan tersebut, dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang tidak tercapai[9]. Menganalisis secara lebih mendalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu: (a) kekuatan (*strength*) yang diartikan sebagai kekuatan atau positif yang dapat dijadikan sebagai keunggulan bersaing yang khas (*competitiveness*) dari perusahaan atau produk, (b) kelemahan (*weaknesses*) yaitu lawan dari kekuatan, kelemahan adalah kekurangan atau kekurangan dimana perusahaan tidak atau perlu bersaing di pasar selanjutnya peluang (*opportunities*) yakni dianggap sebagai bagian dari lingkungan eksternal perusahaan yang mungkin menawarkan peningkatan keuntungan, pangsa pasar atau potensi pertumbuhan serta ancaman (*threats*) yakni lawan dari peluang yang

menimbulkan hambatan atau ancaman bagi perusahaan dalam memperluas pasarnya atau menghasilkan keuntungan.[10]

Analisis SWOT dapat dilakukan dengan panduan matrik SWOT seperti gambar dibawah ini:[10]

	Strengths	Weaknesses
Opportunities	S-O strategies	W-O strategies
Threats	S-T strategies	W-T strategies

Gambar 1 Matrik Analisis SWOT

Faktor-faktor yang ditetapkan kemudian diterapkan dalam bentuk matrik SWOT yang mana pengaplikasiannya adalah: (a) bagaimana kekuatan (*strength*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, (b) bagaimana cara mengatasi kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, (c) bagaimana kekuatan (*streangth*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada dan (d) bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru[8].

3. METODOLOGI PENELITIAN

Ruang lingkup

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif [11]. Deskriptif adalah untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau penghubungan dengan variabel yang lain[11]. Lokasi penelitian dilakukan pada Doppio. me coffee Medan Jl. Jend. Ahmad Yani No.97 Kesawan Medan dengan waktu penelitian dari bulan November 2021 sampai Januari 2022.

Kerangka konsep

Kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2 Kerangka Konsep

Informan penelitian

Peneliti akan memberikan pertanyaan kepada pemilik Doppio. me coffee Medan.

Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian menggunakan teknik wawancara yang merupakan teknik pengumpulan data dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap nara sumber atau sumber data.

Teknik analisis data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan pendapat Miles dan Huberman yakni sebagai berikut [11] :

1. Pengumpulan data
Pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Kegiatan pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara dan studi dokumentasi.
2. Reduksi data
Reduksi data, diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, menulis memo dan sebagainya dengan maksud menyisihkan data/informasi yang tidak relevan
3. Display data

Display data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif. Penyajiannya juga dapat berbentuk matrik, diagram, tabel dan bagan

4. Verifikasi dan penarikan kesimpulan

Merupakan kegiatan akhir dari analisis data. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan interpretasi, yaitu menemukan makna data yang telah disajikan.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) Doppio. me coffee Medan

Hasil *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT)* dari Doppio. me coffee Medan adalah sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan merupakan faktor internal positif yang berperan terhadap kemampuan Doppio. me coffee medan untuk mencapai tujuannya. Faktor tersebut adalah:

- 1) Lokasi yang strategis
- 2) Menu sajian kopi yang betvariasi.
- 3) Pelayanan yang cepat
- 4) Tersedianya layanan pesan antar/ gofood
- 5) Tersedianya fasilitas internet gratis.
- 6) Dekorasi ruangan yang menarik

Berdasarkan pengklasifikasian diatas maka ada enam faktor yang menjadi kekuatan yang dimiliki oleh Doppio. me coffee Medan dan tentunya akan menciptakan strategi *S-O (strength opportunities)* dan strategi *S-T (strength threats)*. Strategi *S-O (strength opportunities)* dikenal juga dengan istilah strategi pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*). Strategi *S-T (strength threats)* juga merupakan strategi diversifikasi (produk atau pasar).

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan merupakan faktor internal negatif yang merintangai kemampuan Doppio. me coffee medan untuk mencapai tujuannya. Faktor tersebut adalah:

- 1) Menu utama yang di jual adalah kopi yang memang masih terbatas pilihannya
- 2) Menu makanan masih terbatas *cake* atau makanan ringan
- 3) Memiliki keterbatasan barista
- 4) Menu yang ada didaftar tidak selalu tersedia
- 5) Lokasi parkir mobil yang masih kurang memadai
- 6) Daerah lokasi sering macet

Berdasarkan pengklasifikasian diatas ada enam faktor yang menjadi kelemahan yang dimiliki oleh Doppio. me coffee Medan yang akan menciptakan strategi *W-O (weaknesses oppurtunities)* dan strategi *W-T (weaknesses threats)*. Strategi *W-O (weaknesses oppurtunities)* juga dikenal sebagai strategi *turn-around*. Sedangkan strategi *W-T (weaknesses threats)* merupakan strategi defensif (bertahan).

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan oleh Doppio. me coffee medan untuk mencapai tujuannya. Faktor tersebut adalah:

- 1) Membuka cabang baru
- 2) Mendiversifikasi (menganeka ragamkan) menu.
- 3) Membuat strategi pemasaran yang baru, seperti berjualan di lingkungan kampus dengan menggunakan *spot* tertentu
- 4) Mendapatkan pelanggan baru yang potensial dan dapat dijadikan sebagai pelanggan yang loyal.
- 5) Melakukan kerjasama dengan pihak lain, seperti hotel yang dapat digunakan sebagai strategi pemasaran.
- 6) Memberikan diskon khusus bagi mahasiswa bila berbelanja pada jam-jam tertentu.

Berdasarkan pengklasifikasian diatas ada enam faktor yang menjadi peluang yang dimiliki oleh Doppio. me coffee Medan yang akan menciptakan strategi *S-O (strengths opportunities)* dan strategi *W-O (weaknesses opportunities)*. Strategi *-SO (strengths opportunities)* adalah strategi pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*), sementara itu strategi *W-O (weaknesses opportunities)* adalah strategi *turn-around*.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan faktor luar negatif yang merintangai kemampuan Doppio. me coffee Medan untuk mencapai tujuan. Faktor tersebut adalah:

- 1) Banyaknya pendatang baru pada usaha sejenis
- 2) Kehilangan pelanggan karena berpindah kepada pesaing.

- 3) Banyaknya coffee shop baru yang lebih nyaman dengan harga menu yang terjangkau.
- 4) Lokasi usaha yang berada dekat dengan usaha sejenis
- 5) Harga yang sedikit lebih mahal, sehingga tidak terjangkau oleh pelajar SMU.
- 6) Fasilitas pesan antar yang masih terbatas

Berdasarkan pengklasifikasian diatas ada enam faktor yang menjadi ancaman yang dimiliki oleh Doppio. me coffee Medan yang akan menciptakan strategi *S-T (strengths threats)* dan strategi *W-T (weaknesses threats)*. Strategi *S-T (strengths threats)* atau strategi diversifikasi (produk/pasar). Strategi *W-T (weaknesses threats)* atau strategi defensif (bertahan).

2. Matriks Internal Strategic Factors Analysis Summary dan External Strategic Factors Analysis Summary

Tabel 1 Matriks IFAS dan EFAS

<p>IFAS <i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i></p> <p>EFAS <i>External Strategic Factors Analysis Summary</i></p>	<p>KEKUATAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang strategis 2. Menu sajian kopi yang betvariasi. 3. Pelayanan yang cepat 4. Tersedianya layanan pesan antar/ gofood 5. Tersedianya fasilitas internet gratis. 6. Dekorasi ruangan yang menarik 	<p>KELEMAHAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menu utama yang di jual adalah kopi yang memang masih terbatas pilihannya 2. Menu makanan masih terbatas <i>cake</i> atau makanan ringan 3. Memiliki keterbatasan barista 4. Menu yang ada didaftar tidak selalu tersedia 5. Lokasi parkir mobil yang masih kurang memadai 6. Daerah lokasi sering macet
<p>PELUANG</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka cabang baru 2. Mendiversifikasi (menganeka ragamkan) menu. 3. Membuat strategi pemasaran yang baru, seperti berjualan di dekat kampus dengan menggunakan spot tertentu 4. Mendapatkan pelanggan baru yang potensial dan dapat dijadikan sebagai pelanggan yang loyal. 5. Melakukan kerjasama dengan pihak lain, seperti hotel yang dapat digunakan sebagai strategi pemasaran. 6. Memberikan diskon khusus bagi mahasiswa bila berbelanja pada jam-jam tertentu. 	<p>STRATEGI S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah variasi menu kopi 2. Menghadirkan jenis menu baru yang belum ada di coffee shop lain. 3. Membuat kartu diskon untuk pelanggan dari kalangan pelajar. 4. Membuka cabang baru didaerah luar kota Medan. 5. Menambah fasilitas pesan antar 6. Memindahkan tempat parkir kendaraan ke lokasi yang lain yang tidak terlalu berdekatan dengan lokasi usaha 	<p>STRATEGI W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat daftar menu yang tidak tersedia pada hari tersebut. 2. Selalu menyediakan stok untuk setiap menu yang ada di daftar menu. 3. Menambah area untuk parkir mobil. 4. Bekerjasama dengan pihak lain agar dapat meningkatkan penjualan. 5. Menambah barista 6. Mendesain ruangan dengan dekorasi yang menarik
<p>ANCAMAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pendatang baru pada usaha sejenis 2. Kehilangan pelanggan karena berpindah kepada pesaing. 3. Banyaknya coffee shop baru yang lebih nyaman dengan harga menu yang terjangkau. 4. Lokasi usaha yang berada dekat dengan usaha 	<p>STRATEGI S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pelayanan, agar pelanggan merasa puas dan loyal. 2. Mendesain tempat agar lebih nyaman. 3. Selalu menjaga kebersihan, baik didalam maupun diluar coffee shop 4. Membangun image berbeda dari coffee shop lain. 5. Menciptakan citra yang baik 	<p>STRATEGI W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan. 2. Menyediakan menu khusus yang hanya ada di Doppio. me coffee. 3. Membentuk club untuk para pelanggan Doppio. me coffee. 4. Mengadakan acara khusus untuk anggota club Doppio. me coffee. 5. Menjaga cita rasa setiap kopi

<p>sejenis</p> <p>5. Harga yang sedikit lebih mahal, sehingga tidak terjangkau oleh pelajar SMU.</p> <p>6. Fasilitas pesan antar yang masih terbatas</p>	<p>sebagai salah satu pusat coffee shop di kota Medan.</p> <p>6. Menjaga keamanan tempat usaha.</p>	<p>yang disajikan.</p> <p>6. Melakukan promosi di daerah kampus.</p>
--	---	--

Pembahasan

Strategi Doppio. me coffee medan

1. Strategi S-O (*strength-opportunities*) Doppio. me coffee Medan

- a. Menambah variasi menu kopi
Doppio. me coffee medan yang telah memiliki beragam menu dapat menarik lebih banyak pelanggan dengan menawarkan menu-menu yang bervariasi
- b. Menghadirkan jenis menu baru yang belum ada di coffee shop lain
Doppio. me coffee medan saat ini perlu melakukan suatu inovasi dengan menghadirkan menu baru yang belum ada di coffee shop lain
- c. Membuat kartu diskon untuk pelanggan dari kalangan pelajar
Lokasi usaha Doppio. me coffee medan berada di lokasi yang strategis dan dekat pusat kota. Hal ini akan sangat menguntungkan jika pihak pengelola dapat memanfaatkan keadaan tersebut dengan membuat kartu diskon yang hanya diperuntukkan untuk pelanggan dari kalangan pelajar, sehingga dapat meningkatkan jumlah pembeli
- d. Membuka cabang baru didaerah luar kota medan
Doppio. me coffee medan penting untuk memiliki banyak cabang di daerah lain agar Doppio. me coffee semakin dikenal oleh masyarakat luas.
- e. Menambah fasilitas pesan antar
Saat ini Doppio. me coffee medan hanya menyediakan pesan antar gofood sebaiknya juga menambah dengan grabfood atau yang sejenis.
- f. Memindahkan tempat parkir kendaraan ke lokasi yang lain yang tidak terlalu jauh dengan lokasi usaha

2. Strategi S-T (*strengths- threats*) Doppio. me coffee medan

- a. Meningkatkan pelayanan, agar pelanggan merasa puas dan loyal
Pelanggan Doppio. me coffee Medan selama ini sudah cukup baik, akan tetapi hal itu tidak menjamin pelanggan tidak berpindah kepada pesaing. Doppio. me coffee Medan harus meningkatkan pelayanannya, agar pelanggan merasa puas. Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang diberikan, besar kemungkinan akan datang kembali ke Doppio. me coffee Medan. Loyalitas pelanggan juga harus dijaga, salah satunya dengan pelayanan yang memuaskan. Pelanggan yang puas belum tentu loyal akan tetapi pelanggan yang loyal sudah pasti puas. Oleh karena itu Doppio. me coffee medan harus benar-benar menjaga loyalitas para pelanggannya, bukan hanya dengan memberikan pelayanan yang baik, tetapi juga dapat membuat pelanggannya nyaman berada di dalam Doppio. me coffee Medan.
- b. Mendesain tempat agar lebih nyaman
Doppio. me coffee medan berada tepat di pinggir jalan, hal ini menimbulkan dampak positif dan negatif. Dampak positifnya adalah lokasi usaha ini sangat strategis karena dekat dengan pusat kota dan keramaian dan dampak negatifnya adalah suara-suara kendaraan yang tidak pernah berhenti. Sehingga akan membuat pelanggan merasa kurang nyaman berada lama di dalam Doppio. me coffee Medan. Namun bila didesain menjadi ruangan yang kedap suara, hal ini akan memberikan rasa nyaman bagi pengunjung, sehingga mereka akan betah berada di dalam Doppio. me coffee Medan.
- c. Selalu menjaga kebersihan, baik didalam maupun diluar coffee shop
Kebersihan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan seseorang dalam memilih tempat menikmati kopi. Kebersihan yang selalu terjaga akan menjadi hal yang menguntungkan bagi usaha, karena pengunjung tidak akan ragu untuk membeli minuman di tempat yang bersih.
- d. Membangun *image* berbeda
Doppio. me coffee medan harus mampu menciptakan *image* yang berbeda dari coffee shop lain. Coffee shop lain yang berada di kota Medan adalah pesaing utama dari Doppio. me coffee Medan dan merupakan ancaman yang paling nyata. Doppio. me coffee Medan harus mampu meredam ancaman tersebut dengan menciptakan keunggulan-keunggulan baru.
- e. Menciptakan citra yang baik sebagai salah satu coffee shop di kota Medan
Beragam lapisan masyarakat yang datang ke Doppio. me coffee Medan, menunjukkan Doppio. me coffee Medan bukan saja hadir untuk masyarakat ekonomi berkelas, namun dapat juga dinikmati oleh setiap

lapisan masyarakat. Keunggulan tersebut dapat membangun citra baik bagi Doppio. me coffee Medan, sehingga Doppio. me coffee medan tidak kehilangan pelanggan yang potensial.

f. Menjaga keamanan tempat usaha

Keamanan saat ini telah menjadi prioritas seseorang dalam memilih tempat berkumpul dan menikmati kopi. Hal ini menyangkut masalah kendaraan pengunjung. Bila pengunjung merasa tidak aman untuk meninggalkan kendaraannya, tentunya mereka tidak akan kembali. Namun sebaliknya, bila ia merasa aman meninggalkan kendaraannya, tentu akan ada kemungkinan untuk mereka kembali lagi menikmati kopi di Doppio. me coffee Medan.

3. Strategi W-O (weaknesses-oppurtunities) Doppio. me coffee Medan

a. Membuat daftar menu yang tidak tersedia pada hari tersebut

Menu yang ada didalam daftar menu tidak setiap hari selalu tersedia, terkadang menu yang ada didaftar menu tidak tersedia. Hal ini akan membuat pelanggan akan merasa kecewa. Untuk menghindari rasa kecewa pelanggan, ada baiknya menu yang tidak tersedia pada hari tersebut di buat daftarnya dan di letakkan di depan mesin kasir, agar pengunjung tidak memesan menu tersebut.

b. Selalu menyediakan stok untuk setiap menu yang ada di daftar menu

Pelanggan merupakan aset perusahaan. Agar tidak membuat pelanggan merasa kecewa dan pindah kepada pesaing, sebaiknya pihak Doppio. me coffee medan menyediakan stok bahan-bahan kopi yang ada didaftar menu.

c. Menambah area untuk parkir mobil

Lokasi parkir mobil yang ada saat ini masih kurang memadai, terutama pada hari-hari libur. Karena jumlah pengunjung akan meningkatkan 2 (dua) – 3 (tiga) kali dari hari biasa. Sehingga pengunjung harus mencari lokasi lain untuk memarkirkan mobil mereka.

d. Menambah barista

Agar kopi dapat diolah bervariasi tentu diperlukan barista yang dapat menciprakan menu dan sajian kopi lebih menarik dan bervariasi oleh sebab itu Doppio. me coffee medan penting untuk menambah barista baru

e. Bekerjasama dengan pihak lain agar dapat meningkatkan penjualan

Bekerjasama dengan pihak lain disini bertujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Misalnya, pihak Doppio. me coffee medan bekerjasama dengan pihak hotel, setiap pengunjung hotel yang menginap akan mendapatkan *voucher* minum kopi di Doppio. me coffee Medan. Hal ini tentu akan sangat menguntungkan bagi kedua belah pihak dan jumlah penjualan juga akan semakin meningkat dengan kerjasama tersebut.

f. Mendesain ruangan semenarik mungkin

Ruangan dengan dekorasi yang menarik akan membuat pengunjung nyaman dan akan kembali lahi namun dekorasi juga dapat mencapai titik jenuh pengunjung oleh karena itu Doppio. me coffee medan harus tetap melakukan perubahan-perubahan dekorasi.

4. Strategi WT (weaknesses threats) Doppio. me coffee Medan

a. Menjalin hubungan baik dengan pelanggan

Aset terpenting pada sebuah perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil adalah pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan akan memberikan pelayanan terbaik bagi semua pelanggannya. Doppio. me coffee medan ditengah persaingan usaha yang semakin ketat, harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya, agar para pelanggannya tetap loyal. Kehilangan pelanggan yang potensial adalah sebuah masalah besar bagi Doppio. me coffee Medan, karena keberadaan Doppio. me coffee Medan sangat dipengaruhi oleh kesediaan para pelanggan untuk datang ke cofee shop tersebut. Agar Doppio. me coffee medan tidak kehilangan pelanggan, maka Doppio. me coffee medan harus menjalin hubungan yang baik dengan mereka. Perhatian sekecil apapun yang diberikan oleh pihak Doppio. me coffee Medan akan menimbulkan kepuasan pada pelanggan.

b. Menyediakan menu khusus yang hanya ada di Doppio. me coffee Medan

Menu khusus yang hanya ada di Doppio. me coffee Medan tentu berpengaruh terhadap minat pengunjung untuk minum kopi di Doppio. me coffee medan. Menu khusus ini dapat berupa Short Macchiato atau Long Macchiato dan *dessert* seperti *cotton cake* dan lain sebagainya.

c. Membentuk club untuk para pelanggan Doppio. me coffee

Wadah tempat berkumpulnya para pelanggan Doppio. me coffee tentunya sangat ditunggu-tunggu. Bila terdaftar dalam *club* tersebut pelanggan setia Doppio. me coffee akan mendapatkan beberapa keistimewaan dibandingkan pelanggan biasa. Ini adalah salah satu strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah pelanggan, agar dapat meningkatkan jumlah laba yang diperoleh oleh coffee shop.

d. Mengadakan acara khusus untuk anggota *club* Doppio. me coffee

Acara yang khusus diadakan untuk anggota *club Doppio*. *me coffee* juga baik diadakan, sehingga akan menimbulkan rasa loyal dari dalam diri pelanggan terhadap Doppio. *me coffee* dan pelanggan tidak akan pindah ke saingan Doppio. *me coffee* Medan.

- e. Menjaga cita rasa setiap minuman yang disajikan
Selalu menjaga cita rasa setiap minuman kopi yang disajikan adalah salah satu kunci Doppio. *me coffee* dapat bertahan lama. Pelanggan tentunya selalu menginginkan citra rasa kopi yang enak dan lezat bila akan diminum.
- f. Melakukan promosi di daerah kampus
Promosi di daerah kampus tentunya akan memberikan manfaat bagi pihak Doppio. *me coffee*. Karena para mahasiswa merupakan segmen yang potensial sebagai pengunjung *coffee shop*. Promosi tersebut dapat dilakukan dengan memberikan diskon spesial, maupun pemberian hadiah/souvenir spesial.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

hasil penelitian ini adalah Analisis *SWOT* dalam meningkatkan Daya Saing pada Doppio. *me coffee* medan adalah sebagai berikut: sudah ada beberapa strategi yang dilakukan oleh Doppio. *me coffee* Medan namun belum sepenuhnya dijalankan, seperti dari strategi *WO* yaitu membuat daftar menu yang tidak tersedia pada hari tersebut, menambah area lokasi parkir kendaraan roda 4 (empat) dan selalu menyediakan stok bahan kopi untuk setiap menu yang ada di daftar menu.

Saran

Saran yang dapat penulis berikan adalah Doppio. *me coffee* medan sebaiknya selangkah lebih maju dalam menciptakan strategi bersaing dan menambah variasi menu yang ada dibandingkan *coffee shop* sejenis lainnya, dan mulai memperhatikan beberapa strategi yang belum sepenuhnya dijalankan, yaitu dari strategi *WO*, agar Doppio. *me coffee* medan dapat terus *survive* dan bersaing dengan usaha sejenis lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Rahim and H. Karana, "Karakteristik Operasional Usaha Mikro Di Kota Medan," *Semin. Nas. IENACO 2014*, pp. 492–509, 2014.
- [2] M. Mudatsir. "Analisis swot dalam menentukan strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing pada *cafe mr.yess coffee di kota benteng selayar*". eprints.unm.ac.id, 2020.
- [3] Porter, *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul. Cetakan ke-2*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2018.
- [4] I. N. Feni, "Analisis swot sebagai strategi meningkatkan daya saing usaha kerajinan sapu glagah (Studi Kasus pada Kerajinan Home Industry di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga)". repository.iainpurwokerto.ac.id, 2020.
- [5] S. Sulistiyani, A. Pratama, and Setiyanto, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM," *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2020, [Online]. Available: <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/4029>.
- [6] M. Mashuri and D. Nurjannah, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing," *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2020, [Online]. Available: <http://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/jps/article/view/205>.
- [7] A. R. Y. Nugroho, I. B. I. Bagus, and H. G. H. Galuh, "Strategi peningkatan daya saing dengan analisis swot di PT. Meindo Elang Indah," *J. Valtech*, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.itn.ac.id/index.php/valtech/article/view/3884>.
- [8] N. Rahdiana, "Analisis swot sebagai upaya peningkatan daya saing umkm keripik pisang di kabupaten karawang," *buana ilmu*, 2021, [Online]. Available: <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/BuanaIlmu/article/view/1992>.
- [9] Mariantha, *Manajemen Biaya (Cost Management)*. Sulawesi Selatan: Media Celebes Perkasa, 2018.
- [10] F. R. David, *Manajemen Startegis: Konsep-Konsep*. Jakarta: Indeks, 2014.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2015.