

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Pada zaman yang semakin modern ini semakin ramai bisnis di kalangan anak muda, salah satunya adalah usaha *coffee shop*. *Coffee shop* atau cafe adalah salah satu jenis usaha yang bergerak di bidang industri *food & beverage*. *Coffee shop* telah bertransformasi menjadi bagian dari kebiasaan masyarakat yang menyukai kopi dan nongkrong. Usaha ini menjadi salah satu usaha kekinian yang sedang berkembang pesat yang gemar dikunjungi oleh anak remaja. Tanpa disadari modernisasi telah membawa banyak perubahan termasuk mengubah gaya hidup (*lifestyle*) masyarakat menjadi lebih konsumtif. Fenomena nongkrong di cafe merupakan gaya hidup baru anak muda. Tidak hanya memuaskan rasa lapar dan dahaga kini cafe memberikan fasilitas yang lengkap seperti menyediakan wifi, mushola, suasana yang nyaman untuk *healing* dan *refreshing*, selain itu juga menjadi alternatif untuk mengerjakan tugas kuliah maupun sekolah. Apalagi dengan memberikan tampilan yang unik dan estetik akan semakin disukai oleh remaja yang memiliki hobi berswafoto. Sehingga usaha *coffee shop* menjadi peluang yang sangat besar bagi pelaku usaha dikarenakan target marketnya yang luas yakni generasi millennial seperti mahasiswa/pelajar, pegawai/pekerja, masyarakat, atau komunitas-komunitas tertentu. Namun, dikarenakan usaha ini memiliki peluang yang sangat besar, maka yang menjadi sumber masalah adalah maraknya persaingan bisnis serupa.

Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam dunia bisnis pasti terdapat persaingan. Dr. Rainer Adam, ahli ekonomi asal Jerman berpendapat bahwa persaingan bisnis harus terjadi demi mencegah munculnya kekuatan yang mendominasi dalam sistem ekonomi. Singkatnya, persaingan bisnis dapat menjadi sarana untuk mencegah monopoli sehingga harga produk melambung lebih tinggi dan berakhir menyusahkan konsumen. Banyaknya usaha serupa yang dimiliki kompetitor menjadi kekhawatiran tentang jalannya usaha. Setiap pelaku usaha pasti memiliki perencanaan strategi untuk menarik pelanggan dan memperoleh keuntungan. Persaingan bisnis merupakan suatu hal yang wajar terjadi karena sudah menjadi resiko dalam menjalankan bisnis. Persaingan bisnis adalah usaha dari dua perusahaan atau lebih yang memiliki kesamaan dalam hal menjual produk atau memiliki target konsumen yang sama sehingga memberikan penawaran harga/produk sebaik-baiknya untuk merebut pasar. Terdapat dua macam persaingan bisnis, yakni persaingan bisnis sehat (*healthy competition*) dan persaingan bisnis tidak sehat (*cut throat competition*). Tidak selamanya persaingan bisnis membawa dampak yang buruk bagi perusahaan. Di sisi lain, persaingan bisnis membawa manfaat bagi perkembangan bisnis yakni mendorong untuk meningkatkan kualitas produk, memberikan motivasi yang tinggi untuk berfikir inovatif, mengatur strategi yang baik untuk menarik konsumen, mendorong perusahaan untuk memberikan harga, kualitas dan pelayanan terbaik kepada konsumen. Dengan persaingan yang ketat, pelaku bisnis harus menyadari bahwa konsumen adalah

raja sehingga perusahaan harus bisa merebut dan mempertahankan kepercayaan konsumen.<sup>2</sup>

Seiring dengan berkembangnya zaman banyak kompetitor yang memanfaatkan perkembangan teknologi untuk memasarkan produk secara digital guna memperkenalkan produk kepada konsumen. Sosial media sebagai alat untuk melakukan promosi dinilai cukup cepat untuk menarik pelanggan. Maraknya penggunaan *digital marketing* menuntut para pelaku bisnis untuk bisa mengikuti perkembangan teknologi agar tidak mengalami ketertinggalan. Sehingga para pelaku bisnis dituntut kreatif dan inovatif untuk bersaing dengan kompetitor. Menyikapi keberadaan pesaing ini, pelaku bisnis harus mempersiapkan segala aspek termasuk dalam hal pemasaran dengan sangat matang agar mampu menyaingi dan menguasai pasar. Usaha *coffee shop* selaku usaha kekinian/millennial seharusnya juga menjalankan strategi *marketing* melalui dunia digital guna menarik minat beli konsumen secara *online*.

Maka dari itu, semakin ketatnya persaingan bisnis perlu memperhatikan salah satu aspek yang sangat penting dalam manajemen yaitu bidang pemasaran. Hal yang menjadi fokus pelaku usaha adalah bagaimana cara menyusun strategi yang baik untuk mempertahankan usaha agar tetap eksis di tengah ketatnya persaingan. Strategi yang tepat perlu dilakukan untuk terus mempertahankan eksistensi dan meminimalisir dampak yang terjadi akibat dari persaingan usaha. Pelaku bisnis dituntut untuk mengetahui apa

---

<sup>2</sup>Anak Agung D W, *Etika Bisnis Perspektif Teori dan Praktis*, (Bali: CV. Noah Aletheia, 2020), hal. 19

yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen serta mengetahui apa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh kompetitor. Hal ini dikarenakan dapat membantu dalam memanfaatkan peluang dan meminimalisir ancaman serta dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk menyusun strategi bisnis. Selain dari segi pemasaran, strategi bisnis yang perlu diperhatikan adalah terkait dengan pelayanan, kualitas produk, harga produk, promosi, *branding* dan lain-lain.

Selain itu, lingkungan juga memiliki pengaruh besar dalam melakukan inovasi dan *upgrade*. Lingkungan sangat penting dalam memahami keunggulan kompetitif. Adanya mekanisme strukturalisasi yang unik menjadi faktor penentu dalam keberhasilan berkompetisi. Penentu keunggulan kompetitif adalah strategi perusahaan, struktur, dan para pesaing. Kehadiran pesaing juga sangat berpengaruh terhadap perencanaan strategi dan pengembangan inovasi.<sup>3</sup> Pilihan strategi yang baik bergantung pada bagaimana menciptakan organisasi perusahaan yang fleksibel serta adaptif terhadap perubahan. Menghadapi perubahan lingkungan secara cepat dengan menyediakan kesempatan terbuka terhadap pilihan-pilihan baru.<sup>4</sup>

Melalui perencanaan strategi bisnis inilah pelaku usaha berusaha untuk dapat mewujudkan apa yang menjadi tujuan perusahaan yang sebenarnya. Manajemen strategi sudah menjadi kebutuhan dasar perusahaan terutama bagi perusahaan yang berada dalam pasar persaingan kompleks. Namun, hal yang tidak dapat dikesampingkan yaitu adanya kenyataan bahwa

---

<sup>3</sup>Nuryadi Wijiharjono, *Manajemen Strategik: Pemikiran Michael Porter dan Implikasinya bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif*, (ttp: OSF Preprints, 2021) hal. 8

<sup>4</sup>*Ibid...*, hal. 7

implementasi dari perencanaan strategi bisnis tersebut tidaklah pada kondisi yang statis, namun berada dalam keadaan yang sangat dinamis sesuai dengan perkembangan dalam dunia usaha pada umumnya. Kondisi persaingan seperti ini sulit dihindarkan, tetapi harus dihadapi agar posisi perusahaan dalam pasar tetap eksis. Untuk mempertahankan posisi perusahaan dalam pasar dibutuhkan manajemen strategi bisnis. Oleh karena itu, evaluasi dan modifikasi senantiasa perlu dilakukan sesuai dengan perubahan yang ada dan tuntutan kondisi lapangan yang terjadi.<sup>5</sup> Para pelaku usaha pastinya terus berupaya mempertahankan eksistensi di tengah ketatnya persaingan. Banyak strategi yang dijadikan pilihan untuk mempertahankan pelanggan dan mempertahankan keberlangsungan usaha.

Pemilihan objek penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya masalah yang terdapat pada Tropis Coffee yaitu lokasi cafe yang kurang strategis. Banyak cafe lain yang menjadikan lokasi strategis sebagai kekuatan untuk mendapatkan pelanggan. Sedangkan letak Tropis Coffee tersembunyi di pinggiran kota, sehingga dalam hal ini diperlukan strategi khusus untuk menarik pelanggan dan agar tidak kalah dari pesaing yang lebih unggul dari segi lokasi. Namun, disisi lain banyak pengunjung yang berdatangan dari luar daerah dan memberikan *review* yang bagus karena cafe ini memiliki keunikan atau sisi berbeda dari cafe lain yang ada di Kota Blitar. Sehingga cafe ini harus mampu memberikan daya saing yang tinggi dalam hal memperoleh pasar.

---

<sup>5</sup>Moh. Aris Pasigai, *Pentingnya Konsep dan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis*, Jurnal Ilmu Ekonomi Vol. 6 No. 2 Tahun 2009, hal. 54

Maka dari itu, dengan adanya fenomena persaingan ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap strategi bisnis dalam menghadapi persaingan usaha melalui analisis SWOT. Menurut Robinson dan Pearce, analisis SWOT merupakan salah satu komponen penting dalam manajemen strategi. Analisis SWOT merupakan salah satu alat yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menentukan atau merumuskan suatu strategi. Hal ini dikarenakan analisis ini cukup mendasar sebagai senjata dalam menentukan solusi terbaik dalam konflik yang terjadi dalam suatu perusahaan. Proses analisis SWOT mengharuskan adanya survei internal mengenai kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*) dan survei eksternal mengenai peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategis klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi. Instrumen ini memudahkan para praktisi untuk menentukan apa yang bisa dicapai dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan.<sup>6</sup> Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, and Threat* Terhadap Strategi Bisnis Tropic Coffee dalam Menghadapi Persaingan Cafe-Cafe di Kota Blitar”**.

---

<sup>6</sup>Fajar Nur'ani D F, *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), hal. 7

## **B. Fokus Penelitian**

Ditinjau dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan dan menjadikan penulisan penelitian ini lebih terarah, maka penulis menganggap bahwa perlu adanya fokus penelitian guna memahami strategi apa yang digunakan oleh usaha Tropis Coffee dalam menghadapi persaingan usaha.

Agar lebih mudah dan sistematis, serta dapat dipahami maka penulis akan menuliskan beberapa fokus penelitian yang akan digali, antara lain:

1. Bagaimana penerapan analisis SWOT pada Tropis Coffee sebagai proses pengambilan keputusan strategis?
2. Bagaimana strategi bisnis yang tepat untuk menghadapi persaingan cafe-cafe di Kota Blitar?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hasil analisis SWOT Tropis Coffee sebagai proses pengambilan keputusan strategis.
2. Untuk mengetahui strategi bisnis yang yang tepat untuk menghadapi persaingan cafe-cafe di Kota Blitar.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Secara Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan menambah pengetahuan serta wawasan mengenai strategi bisnis dalam menghadapi persaingan bisnis.

### 2. Secara Praktis

#### a) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat bagi penulis dalam menambah pengetahuan dan wawasan kelak dalam menjalankan suatu usaha.

#### b) Bagi Pihak Pelaku Usaha dan Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan oleh pelaku usaha dan masyarakat dalam mengambil keputusan mengenai penyusunan strategi yang tepat ketika persaingan bisnis sedang marak agar usaha yang dijalankan tetap bertahan dan eksis.

#### c) Bagi Peneliti Lain

Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan kontribusi pemikiran bagi peneliti selanjutnya dalam pengembangan teori mengenai strategi bisnis.

## **E. Penegasan Istilah**

### a. Penegasan secara Konseptual

#### 1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat identifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang dimiliki suatu organisasi/perusahaan yang

dituangkan secara sistematis dalam rangka perumusan strategi. Komponen SWOT terdiri dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). Analisis ini digunakan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan adanya kelemahan dan ancaman. Apabila analisis ini diterapkan secara tepat dan akurat, maka akan memberikan dampak yang luar biasa terhadap keberhasilan suatu usaha berdasarkan rancangan strategi yang dihasilkan dari perhitungan SWOT tersebut.

## 2. Strategi Bisnis

Menurut Hariadi, strategi bisnis merupakan rencana strategi yang terjadi pada tingkat divisi dan dimaksudkan bagaimana memperkuat posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam industri atau pasar tertentu yang dilayani divisi tersebut.<sup>7</sup> Strategi ini dikatakan sebagai proses yang terjadi akibat adanya perkembangan teknologi untuk mencapai suatu kinerja. Penerapan strategi bisnis yang tepat akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mendapatkan target pasar sebanyak-banyaknya.

## 3. Persaingan Bisnis

Persaingan bisnis serupa atau kompetitor merupakan pihak lain yang berlaku sebagai pesaing yang memiliki produk atau menawarkan jasa yang serupa. Kompetitor adalah perseorangan atau perusahaan

---

<sup>7</sup>Hariadi, *Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Malang: Bayu Media Publishing, 2003), hal. 34

yang menghasilkan produk/jasa yang sama baik dari segi bentuk, fungsi, maupun manfaatnya.

Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya sangat dipengaruhi oleh kemampuan mengelola manajemen perusahaan dalam memasarkan produknya. Perusahaan dapat memasarkan produknya dengan harga yang bersaing dan menguntungkan pada tingkat yang diharapkan, serta mampu mengatasi kompetitor-kompetitor yang ada.<sup>8</sup> Dalam dunia bisnis terdapat dua jenis persaingan yaitu :

1) *Healthy Competition*

*Healthy Competition* atau yang berarti persaingan sehat adalah kompetisi yang terjadi antar pesaing tanpa adanya kriminal atau tindakan kekerasan. Persaingan sehat sangat mengedepankan etika bisnis dalam berkompetisi.

2) *Cut Throat Competition*

*Cut Throat Competition* atau persaingan tidak sehat adalah kebalikan dari *healthy competition* yang berarti bahwa pelaku usaha melakukan persaingan dengan cara kriminal, dalam artian menghalalkan segala cara untuk memenangkan persaingan. Tujuan dari hal itu adalah semata-mata untuk menguasai pasar dan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

---

<sup>8</sup>Rusmadi, "Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Modern", *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 1, No. 3, November 2016, hal. 70

b. Penegasan secara Operasional

Berdasarkan pemaparan penegasan istilah secara konseptual diatas, dapat diketahui bahwa maksud dari judul penelitian yang dikaji adalah peneliti ingin melakukan penelitian dengan menggunakan teknik analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*). Teknik analisis tersebut dipergunakan untuk mengetahui strategi bisnis apa yang cocok dilakukan oleh usaha *coffee shop* “Tropis Coffee” dalam menghadapi persaingan cafe-cafe yang ada di Kota Blitar. Sebab seperti yang kita ketahui bahwa sekarang ini banyak sekali cafe yang bermunculan di setiap sudut kota. Sehingga peneliti berpendapat bahwa untuk mengetahui strategi yang tepat adalah dengan menggunakan teknik analisis SWOT yang mana teknik ini sering digunakan oleh para praktisi untuk mengevaluasi lingkungan internal dan eksternal suatu perusahaan.

**F. Sistematika Penulisan**

Penulisan penelitian ini diuraikan secara sistematis guna memudahkan pengkajian dan pemaparan materi yang akan disampaikan oleh peneliti. Sistematika penulisan proposal skripsi ini adalah sebagai berikut :

**Bab I** : **Pendahuluan**, yang terdiri atas :

- a. Konteks Penelitian. Menjelaskan mengenai apa yang melatarbelakangi diambilnya permasalahan untuk dijadikan penelitian.
- b. Fokus Penelitian. Memuat rincian pertanyaan tentang pokok-pokok penelitian yang akan digali atau dipecahkan.

- c. Tujuan Penelitian. Memuat tentang gambaran atau arah yang akan dituju dalam penelitian yang mengacu pada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.
- d. Manfaat Penelitian. Menjelaskan mengenai kontribusi peneliti terhadap beberapa aspek yang dijelaskan dalam manfaat teoritis dan praktis.
- e. Penegasan Istilah. Merupakan istilah-istilah yang ditegaskan dalam bagian penelitian yang dijelaskan melalui penjelasan dari beberapa teori melalui penegasan secara konseptual dan operasional.
- f. Sistematika Penulisan. Merupakan arah atau gambaran penulisan penelitian yang disusun secara sistematis agar memudahkan dalam penjabaran/pembahasan suatu masalah yang akan diteliti.

**Bab II** : **Kajian Pustaka**, yang berisi kajian tentang konsep-konsep yang mendasari masalah yang dikaji dalam penelitian.

**Bab III** : **Metode Penelitian**, yang terdiri dari :

- a. Pendekatan dan Jenis Penelitian
- b. Lokasi Penelitian
- c. Kehadiran Peneliti
- d. Data dan Sumber Data
- e. Teknik Pengumpulan Data
- f. Teknik Analisis Data

g. Pengecekan Keabsahan Temuan

h. Tahap-Tahap Penelitian

**Bab IV** : **Hasil Penelitian**, yang terdiri dari paparan data dan temuan penelitian.

**Bab V** : **Pembahasan**. Berisi tentang analisis dengan cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.

**Bab VI** : **Penutup**. Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

Kesimpulan merupakan garis besar dari hasil penelitian yang telah dijelaskan secara keseluruhan sebelumnya. Sedangkan saran adalah suatu usulan yang bertujuan untuk perbaikan.