

Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Operasi Manajemen Pada Studio Café

Muhammad Aksan Tenrisau¹, Tenri Ulfa², Yusria Safira³

Universitas Muslim Indonesia

Abstrak

Bisnis Café sangatlah berkembang dengan pesat saat ini dan salah satu bisnis yang menjanjikan karena saat ini café sebagai wadah anak mudah maupun orangtua untuk berkumpul dan saling menukar pikiran satu sama lain. Tetapi tidak dapat dipungkiri karena banyaknya bisnis ini mengakibatkan ketatnya persaingan yang memiliki kelemahan & ancaman yang berbeda-beda. Penelitian ini melakukan penerapan analisis SWOT pada operasi manajemen Studio café untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada bisnis ini agar bisa survive dan bersaing dengan competitor yang ada. Studi café sudah memiliki banyak kelebihan tetapi juga memiliki banyak kekurangan yang harus di perbaiki adapun juga peluang yang bisa dimanfaatkan agar bisa lebih unggul dari competitor dan terdapat ancaman dari competitor lain yang dapat menjatuhkan Studio café maka dari itu dilakukannya analisis SWOT ini agar membantu operasi manajemen Studio café bisa mengetahui Strength, Weakness, Opportunities, Threats.

Kata kunci : Analisis SWOT, Strategi operasi Manajemen

Abstrack

The café business is growing very rapidly at the moment and is a promising business because currently cafés are a place for children and parents to easily gather and exchange ideas with each other. But it cannot be denied that this large number of businesses results in intense competition which has different weaknesses and threats. This research applies SWOT analysis to Studio café to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats to this business so that it can survive and compete with existing competitors. Café Studi already has many advantages, but it also has many shortcomings that must be corrected, as well as opportunities that can be exploited so that it is always superior to competitors and there are threats from other competitors who can bring down Studio café, therefore this SWOT analysis is carried out to help Studio café management operations. Café can know Strength, Weakness, Opportunities, Threats.

Keywords : SWOT Analysis, Management Operations Strategy

Copyright (c) 2023: Muhammad Aksan Tenrisau

✉ Corresponding author :

Email Address : muhammad.tenrisau@umi.ac.id Ulfabinka17@gmail.com
Yusriasafira06@gmail.com

PENDAHULUAN

Di zaman milenial ini, perkembangan dunia bisnis semakin maju apalagi setelah pandemic covid -19 berlalu hal ini ditandai dengan semakin menjamurnya pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi pada kegiatan usahanya, salah satunya yaitu bisnis cafe, karna banyaknya cafe yang mulai berkembang di Indonesia sehingga persaingan menjadi ketat dan saling berkompetisi dalam merebut pasar konsumen serta menarik konsumen tersebut agar melakukan pembelian. Cafe saat ini telah menjadi live style bagi masyarakat khususnya anak milenial yang sangat takut akan ketinggalan atau biasa di sebut fear of missing out (FOMO). Hal ini dikarenakan live style merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya (Kotler, 2002). Live style yang akan menjadi identitas dari kepribadian seorang konsumen.

Fenomena ini juga terjadi di kota Makassar banyak café berkembang dengan cepat dengan menyajikan ke unikan masing masing seperti tempat pertemuan yang keren dan memanjakan pengunjung, baik dari menu, pelayanan maupun tampilannya. Dengan kemajuan tehknologi saat ini café bukan lagi hanya sebagai tempat berkumpul untu berbagi cerita atau diskusi namun saat ini café sudah menjadi wadah untuk memenuhi kebutuhan social media bahkan ada istilah café insagramable jadi Jangan heran kalau sekarang semakin modernnya Tempat pertemuan menyesuaikan zaman saat ini.

Ketatnya persaingan antar usaha sejenis baik yang baru memulai maupun yang sudah lebih dulu dikenal oleh konsumen, mengharuskan pengelola menentukan strategi operasi manajemen yang akan diambil, Dalam pengertian Heizer dan Render, manajemen operasi didefinisikan sebagai, "the set of activities that creates value in the form of goods and services by transforming inputs into outputs". Atau menurut Chase dan Jacobs, manajemen operasi didefinisikan sebagai, "the design, operation and improvement of the systems that create and deliver the firm's primary products and services". Sehingga sederhananya, manajemen operasi ialah proses untuk menghasilkan produk secara efektif dan efisien melalui pendayagunaan sumber daya yang ada. (Budi Harsanto, 2017). Dengan fenomena ini Studio Cafe harus bisa menentukan strategi manajemen operasi yang akan diambil tentunya manajemen harus tau apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang Studi café miliki dengan itu menejemen studio cafe bisa memutuskan langkah apa yang harus di ambil atau strategi apa yang di ambil dalam melawan competitor yang ada. Dalam menghadapi persaingan, pelaku bisnis harus mampu menyusun strategi operasi agar mampu bersaing dan unggul terhadap kompetitor. Strategi penting dalam pelaku bisnis karena merupakan bagian dari kegiatan yang dirancang dalam menjalankan aktivitas kegiatan bisnis. Semakin baik dan tepat strategi bisnis yang diterapkan semakin kuat dalam menghadapi persaingan bisnis dan mampu unggul dalam persaingan (Sarjono, 2013).

Untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, manajemen dituntut mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan dan ancamannya. Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT yang nantinya akan membantu manajemen dalam mengevaluasi kegiatan bisnisnya. Menurut Assauri (2013), matriks SWOT merupakan suatu kerangka penganalisisan yang terintegrasi antara internal perusahaan dan lingkungan eksternal, dengan membangun

pendekatan SWOT. Matriks SWOT dipilih karena merupakan alat yang cepat, efektif dan efisien dalam menemukan kemungkinan- kemungkinan yang berkaitan dengan pengembangan, pengambilan keputusan dan memperluas visi dan misi organisasi.

1. Defenisi Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal. Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (Strength) dan kelemahan (weakness) intern perusahaan serta peluang (opportunities) dan ancaman (threat) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor- faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman.

2. Strategi operasional Manajemen

Dengan persaingan yang semakin ketat di setiap industri, suatu perusahaan harus memiliki strategi untuk menjalankan operasionalnya. Sebuah strategi untuk bersaing dikembangkan berdasarkan berbagai pertimbangan, termasuk hubungan sebuah perusahaan dengan lingkungan di sekelilingnya. Istilah ini disebut strategi operasi.

Penggunaan strategi ini telah lama dikembangkan dan diimplementasikan oleh perusahaan global, salah satunya di Jepang. Mereka dapat memanfaatkan dan memaksimalkan manufacturing operation atau operasi pabriknya untuk bersaing secara internasional. Dengan cara ini, mereka dapat merancang dan memproduksi berbagai macam produk berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau

METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif (kualitatif) merupakan metode penelitian yang kami gunakan pada penelitian ini yang terdiri dari pengumpulan data yang akan diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian. Survei, wawancara, ataupun observasi merupakan daftar pertanyaan yang deskriptif (Kuncoro,2003:8). Lokasi penelitian ini dilakukan pada studio cafe yang berada di Jl. Pajonga daeng ngale Kec.mamajang, Kota makassar.

Dalam penelitian ini kami mengambil informasi akurat dari asisten manajer dan staf pada Studio cafe Menggunakan wawancara, dimana peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan asisten manajer dan staf cafe untuk memperoleh keterangan - keterangan yang berhubungan dengan masalah penelitian ini dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui wawancara pada asisten manajer dan staf café dengan memberikan beberapa pertanyaan terkait analisis SWOT. Data sekunder,

merupakan data – data yang diperoleh dari sumber lain yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder dari penelitian ini dapat berupa literatur dan data – data dari objek penelitian yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks analisis SWOT (freddy rangkuti, 2009:31) merupakan alat yang digunakan untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Rangkuti (2009:18) berpendapat dengan menggunakan analisa SWOT perusahaan bias mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Kotler (2008:88) mengemukakan bahwa evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman disebut analisis SWOT. Dalam analisa SWOT yang harus diperhatikan ada dua yaitu factor internal dan external pada Kinerja perusahaan.

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi didunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman faktor internal kekuatan dan kelemahan.

- Kekuatan (Strength)
Merupakan hal positif sebagai faktor internal berupa keunggulan yang dimiliki Studi cafe serta kemampuan yang dapat mempertahankan posisinya untuk mencapai tujuannya.
- Kelemahan (Weakness)
Merupakan hal negative sebagai faktor internal café studio terhadap sesuatu yang menghalang kemampuannya dan ketidak mampuan atau tidak memiliki kapasitas untuk melakukannya, sementara para pesaingnya memiliki kapasitas tersebut untuk mencapai tujuannya.
- Peluang (Opportunities)
Merupakan factor eksternal yang dapat dimanfaatkan dengan baik dan akan menjadi hal positif yang menguntungkan karena dapat meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuan Studio cafe.
- Ancaman (Threats)
Merupakan sesuatu hal yang sedang dihadapi maupun akan dihadapi kedepannya yang membahayakan Studio Cafe.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut analisis SWOT Pada Studio Cafe

1. Kekuatan (Streng)

Strength atau kekuatan merupakan sumber daya atau biasa disebut resources, kemampuan, serta keunggulanyang dimiliki perusahaan yang berhubungan dengan kompetitor suatu perusahaan (David & R, 2005). Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi dan wawancara terhadap asisten manajer dan kariawan peneliti menemukan bebebrapa kekuatan yang menonjol yang dimiliki Studi Cafe pertama, tempat yang sangat strategis terletak ditengah – tengah pusat kota Makassar dan tepat di pinggir jalan, sehingga mudah dijangkau oleh konsumen dari segala arah. Kedua, Design Interior Yang Menarik dengan desain

moderen dan konsep musical yang instagramable dari café studio mampu menarik perhatian konsumen untuk berkunjung dan menikmati suasana café yang begitu comfortable. Ketiga, adanya live music yang di sediakan setiap malamnya yang membuat suasana café semakin seru dan tidak membosankan untuk pengunjung. Keempat, Fasilitas Yang Dimiliki oleh Café cukup lengkap mulai dari ruangan ber ac, smooking area, musollah, dan stop kontak yang berada di setiap sudut café yang dapat di gunakan pengunjung secara free. Kelima, kepala dapur dari Studio cafe merupakan alumni sekolah masak di salah satu kampus ternama dan sudah memiliki pengalaman lebih dari lima tahun maka dari itu Studio Cafe sering melakukan inofasi baru pada menunya agar pengunjung tidak bosan, inofasi ini tentunya juga hasil dari obserfasi yang dilakukan. Dan terakhir, Pelayanan yang diberikan Studi café sangat baik mereka memiliki SOP tersendiri yang dimana staf pelayanan wajib menyambut dengan ramah dan melayani dengan baik pengunjung yang datang, staf wajib mejelaskan menu apabila diminta oleh pengunjung maka dari itu staf yang ada di Studi café berkewajiban memahami seluruh menu yang ada hal ini di lakukan agar tercipta rasa nyaman pada tamu. Konsumen yang puas, belum tentu loyal. Akan tetapi konsumen yang loyal sudah pasti puas. Menu makanan dan minuman Studio cafe memiliki harga yang cukup terjangkau bagi konsumen karena target pasar mereka dari seluruh kalangan masyarakat baik kelas ekonomi rendah maupun kelas ekonomi tinggi baik anak muda maupun orangtua.

2. Weakness

weakness merupakan keterbatasan sumber daya yang dimiliki perusahaan baik dalam kemampuan, serta kapabilitas yang secara langsung menurunkan tingkat kinerja perusahaan (David & R, 2005). Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi dan wawancara terhadap asisten manajer dan staff peneliti menemukan beberapa Yang menjadi Intensitas kelemahan (weakness) Studio Café, pertama; Tempat yang tidak memadai hanya bias menampung sekitar 35 orang saja hal ini membuat café ini sering membuat tamu tidak jadi berkunjung karena setiap sabtu dan minggu malam cafe ini full. Kedua; menu yang disajikan hanyalah cemilan atau fast food tidak ada makanan berat yang disajikan sehingga pilihan menu yang diberikan terbatas, Ketiga; Belum Memiliki akun *social media* yang membatu calon pembeli atau tamu kesulitan dalam mencari informasi mengenai studio cafe lebih dalam padahal di era digital seperti ini pelaku bisnis sangat wajib menggunakan *social media* untuk menunjukkan profilnya ke khalayak dan juga bisa menjadi wadah promosi. Ketiga; Café studio belum melakukan *digital marketing* sehingga pasarnya tidak meluas atau bahkan *stuck* disitu saja hal ini membuat Studio Cafe ketinggalan dari komptitornya karna saat ini pelaku bisnis sudah gencar melakukan *digital marketing* untuk kemajuan bisnisnya, keempat; Parkiran dari Studio cafe sangat kecil hanya muat dua mobil dan lima motor saja sehingga beberapa kendaraan harus parkir di bahu jalan.

3. Opportunities

Merupakan factor eksternal trenpositif yang berada dilingkungan perusahaan dan apabila peluang tersebut di eksploitasi oleh perusahaan maka peluang usaha

tersebut berpotensi untuk menghasilkan laba bagi perusahaan secara berkelanjutan (Solihin 2012) . Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi dan wawancara terhadap asisten manajer dan kariawan peneliti menemukan beberapa yang menjadi peluang (opportunities) Cafe Studio: Pertama; Studio cafe memiliki interior yang menarik dan klasik sehingga bisa lebih di tonjolkan lagi dan Studi café memiliki Live music yang jarang dimiliki oleh competitor lain hal ini menjadi peluang bagi Café studi untuk menarik konsumen yang baru. Kedua; Café studio menambah makanan berat atau *conferfood* dan juga memberikan sedikit sentuhan moderen di dalam menunya sehingga meberikan banyak pilihan terhadap pengunjung. Ketiga; Studi café juga bisa memberikan paket yang dapat menjadi pilihan konsumen dalam merayakan event tertentu, seperti birthday atau arisan maupun kumpul keluarga. Keempat; Studi café bisa bekerja sama dengan *platform e-commerce* seperti Grabfood, Gofood dan Shopee Food untuk memperluas pasar dan dapat meningkatkan penjualan Studio café sendiri. Kelima; Studio cafe bisa memanfaatkan tekhnologi saat ini dengan melakukan *digital marketing* untuk melakukan branding yang dapat menarik pelanggan baru dan juga memperluas pasarnya.

4. Threats

Threats atau ancaman ini merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi. Apabila ancaman tidak segera ditanggulangi maka dapat berakibat dampak berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghalang atau penghambat tercapainya visi dan misi sebuah organisasi atau perusaha (Fatimah 2016) . Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi dan wawancara terhadap asisten manajer dan kariawan peneliti menemukan beberapa yang menjadi ancaman (threats) Studio Cafe: Pertama; Banyaknya Pesaing, Karena saat ini café di Makassar menjamur begitu cepat setelah Covid-19 berlalu, banyak café yang hadir dengan keunikannya dan kelebihanannya masing-masing sehingga maka mata konsumen tidak hanya tertuju kepada Studio cafe saja, Kedua; Saat ini competitor sudah memanfaatkan *digital marketing* lebih dulu untuk menunjang kemajuan bisnisnya dan sudah lebih dikenal dibandingkan Studio cafe yang saat ini belum menggunakan *digital marketing*. Ketiga; Banyaknya produk yang lebih menarik dan inovasi yang di tawarkan para competitor yang menarik customer dibandingkan dengan produ Studio cafe yang masih meenawakan produk klasik.

Tabel Rekapitulasi Analisis SWOT

4P	Kekuatan (streng)	Kelemahan (Wetnes)	Peluang (oportunititi)	Ancaman (Threats)
----	-------------------	--------------------	------------------------	-------------------

Lokasi Usaha (Place)	<ul style="list-style-type: none"> a. Tempat Strategi. b. Desain interior yang moderen klasik. c. Terdapat Live music. d. Fasilitas yang memadahi. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Tempat yang kurang memadahi. b. Parkitan yang sempit. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Berada ditengah kota dan pinggir jalan 	<ul style="list-style-type: none"> b. Banyaknya cafe yang saling berdekatan
Menu (produk)	<ul style="list-style-type: none"> a. Harga yang <i>affordable</i>. b. Melakukan Inovasi. c. Menyajikan menu fastfood. d. Menyajikan menu berkualitas 	<ul style="list-style-type: none"> a. Tidak memiliki makanan berat ataupun <i>confer food</i>. b. Memiliki menu yang kurang bervariasi. c. Tidak memiliki menu yang iconic. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Menyajikan menu yang kekinian. b. Menyajikan menu paket untuk event atau party. c. Bekerja sama dengan <i>platform e-comers</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Produk yang sama dengan competitor. b. Menu yang lebih inovasi yang dimiliki competitor.
Harga (price)	<ul style="list-style-type: none"> a. Harga <i>affordable</i>. 	-	-	-
Promosi (Promotion)	-	<ul style="list-style-type: none"> a. Belum menggunakan <i>digital marketing</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Promo gratis dengan menggunakan platform social media. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Kompetitor sudah lebih dulu menggunakan <i>digital marketing</i>.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari analisis SWOT yang peneliti lakukan pada Studio Café maka kesimpulannya Studio cafe memiliki banyak kekuatan yang dapat digunakan untuk bisa lebih unggul dari pesaing seperti tempat yang strategi, desain interior yang menarik dengan interior *classic* dan *instagramable*, fasilitas yang disediakan memadahi, pelayanan yang sangat baik, kualitas makanan yang tinggi, harga yang terjangkau, walupun memiliki banyak kelebihan Studio cafe juga memiliki kelemahan yang perlu diperbaiki agar bisa menyamai ataupun unggul dari kompetitornya, kelemahannya adalah parkir yang sempit, tempat yang kurang memadahi, tidak adanya makanan berat ataupun *confer food* yang disajikan, menu yang terlalu klasik dan pasaran yang dimana mudah ditemukan di mana-mana dan belum melakukan *digital marketing* sehingga membuat Studio Cafe jauh tertinggal dengan kompetitornya. Adapun beberapa peluang yang dimiliki oleh Studio cafe jika

peluang ini dimanfaatkan dengan baik maka akan memberikan dampak yang baik untuk kemajuan Studio café peluang itu seperti memiliki kepala dapur yang kompeten yang mampu menciptakan menu yang unik, moderen yang tidak dimiliki competitor lainnya, desain tempat yang menarik serta adanya Live music sangat memungkinkan Studi Cafe membuat paket event ataupun party, Studi Café juga mempunyai peluang untuk memanfaatkan teknologi dengan membuat akun social media dan melakukan promosi serta melakukan kerja sama dengan platform e-comers yang dapat meningkatkan penjualan. Untuk ancaman sendiri Studi cafe memiliki banyak ancaman dari segi lokasi dimana banyak pesaing yang lokasinya berdekatan dengan Studi cafe, menu yang disajikan banyak yang dapat di temui di competitor, dan competitor sudah dulu menggunakan digital marketing yang dimana lebih terkenal di kalangan masyarakat khususnya di kalangan anak muda dibandingkan dengan Studi cafe yang orang mengetahui keberadaannya dari mulut kemulut, maka dari itu Studio cafe haru bisa memperbaiki dan mengembaangkan apa yang menjadi kelemahan dan kekurangannya agar bisa menonjol dari pesaingnya.

Referensi :

- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep dan Strategi. Jakarta . Grafindo Persad
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran,Edisi Milenium. (2002). Jakarta: PT.Prehalindo.
- Budi Harsanto. (2017a). Dasar Ilmu Manajemen Operasi (1st ed.). Unpad Press.
- Penelitian, A. (2013). Swot Analysis Usaha Rumah Makan Pondok Ale- Ale Pontianak Swot Analysis Usaha Rumah Makan Pondok Ale-Ale Pontianak.
- Putri, N. E., Astuti, R., & Putri, S. A. (2014). Menggunakan Analisis Swot dan Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks) (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang) Plan of Restaurant Development Strategy Using Swot Analysis and Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix) Methods (Case. Jurnal Industria, 3(2), 93-106.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta : Erlangga
- Rangkuti, Freddy. ((2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT. GramediaPustakaUtama
- David, Fred R. 2005. Manajemen Strategi. Jakarta: Salemba Empat.
- Solihin, Ismail. 2012. Manajemen Strategik. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Fatimah, Fajar Nur'aini D. 2016, Teknik Analisis SWOT, Quadrant, Jakarta