

ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM PERSAINGAN CAFE DI KOTA KENDARI (Studi Kasus Kopken Cafe Kendari)

Alisyah Putri Utami¹, Waode Sitti Rahayu², Ilun³, Faisal Jaya Saputra⁴, Abdul
Rachman Rika⁵

alisyahputrinasim@gmail.com¹, waodesittirahayu11@gmail.com², ilunilun324@gmail.com³,
faisaljayasaputra04@gmail.com⁴, rachaldandily@gmail.com⁵

Universitas Halu Oleo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi kompetitif yang diterapkan oleh Kopken Cafe Kendari dalam menghadapi meningkatnya persaingan di sektor kafe. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui studi kasus, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara terhadap pihak-pihak kunci, observasi langsung tanpa intervensi, dan pengumpulan dokumen operasional yang relevan. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai Evaluasi Faktor Internal (IFE) Kopken Cafe mencapai 1,65 untuk aspek kekuatan dan 0,50 untuk kelemahan, sedangkan Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) memperoleh skor 1,25 untuk peluang dan 0,95 untuk ancaman. Keunggulan utama kafe ini meliputi mutu produk yang unggul, pelayanan yang memuaskan, serta lokasi yang strategis dan mudah diakses pelanggan. Di sisi lain, tantangan yang dihadapi antara lain ketergantungan pada pemasok tertentu dan kurang optimalnya strategi pemasaran digital. Peluang pengembangan bisnis muncul seiring meningkatnya jumlah pengunjung serta kesadaran masyarakat akan pentingnya tempat makan yang nyaman. Meski demikian, persaingan yang intens dari pelaku usaha lain menjadi ancaman signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan penguatan promosi digital, inovasi menu agar sesuai dengan selera konsumen yang terus berkembang, serta penyelenggaraan pelatihan karyawan secara berkala guna menjaga mutu pelayanan. Dengan penerapan strategi tersebut, Kopken Cafe diharapkan dapat mempertahankan keunggulannya dan tumbuh secara berkelanjutan di tengah dinamika pasar kafe yang kompetitif.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Cafe, Analisis SWOT.

ABSTRACT

This study aims to evaluate the competitive strategy implemented by Kopken Cafe Kendari in facing increasing competition in the cafe sector. The methodology used is a qualitative approach through a case study, with data collection techniques including interviews with key parties, direct observation without intervention, and collection of relevant operational documents. The analysis results show that Kopken Cafe's Internal Factor Evaluation (IFE) score reached 1.65 for strengths and 0.50 for weaknesses, while the External Factor Evaluation (EFE) obtained a score of 1.25 for opportunities and 0.95 for threats. The cafe's main strengths include superior product quality, satisfactory service, and a strategic location that is easily accessible to customers. On the other hand, challenges faced include dependence on certain suppliers and a suboptimal digital marketing strategy. Business development opportunities arise with the increasing number of visitors and public awareness of the importance of comfortable dining. However, intense competition from other businesses poses a significant threat. Therefore, this study recommends strengthening digital promotions, menu innovation to suit evolving consumer tastes, and conducting regular employee training to maintain service quality. By implementing this strategy, Kopken Cafe is expected to maintain its excellence and grow sustainably amidst the dynamics of

the competitive cafe market.

Keywords: *Competitive Strategy, Café, SWOT Analysis.*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, sektor usaha kafe di Indonesia—khususnya di Kota Kendari—mengalami perkembangan yang pesat. Perkembangan ini didorong oleh perubahan pola hidup masyarakat yang semakin menekankan pentingnya interaksi sosial. Kafe tidak lagi sekadar menjadi tempat untuk mengonsumsi makanan dan minuman, tetapi juga berperan sebagai ruang sosial untuk berkumpul dan bersantai. Kotler dan Keller (2016) menyebutkan bahwa kafe kini menjadi salah satu lokasi favorit masyarakat untuk bersosialisasi dan menikmati waktu luang. Kondisi ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha kafe untuk bersaing di pasar yang kian padat.

Sebagai salah satu kota yang mengalami perkembangan pesat di wilayah Sulawesi, Kota Kendari mencatat pertumbuhan signifikan dalam sektor usaha kuliner, khususnya di bidang kafe. Munculnya banyak kafe baru dengan konsep dan menu yang beragam menjadikan persaingan antar pelaku usaha semakin tajam. Berdasarkan data dari Dinas Perdagangan setempat, terdapat lebih dari 30 kafe yang aktif beroperasi di kota ini. Banyaknya pilihan yang tersedia bagi konsumen mendorong setiap pemilik kafe untuk terus berinovasi dan menghadirkan keunikan tersendiri. Kondisi ini sejalan dengan pendapat Rangkuti (2016) yang menekankan bahwa keberhasilan dalam bersaing sangat bergantung pada pengembangan strategi pemasaran yang tepat dan efektif.

Kopken Cafe Kendari merupakan salah satu pelaku usaha di sektor ini yang tengah menghadapi tekanan untuk mempertahankan eksistensinya di tengah kompetisi yang semakin ketat. Terjadinya penurunan penjualan dalam beberapa waktu terakhir memperumit tantangan yang dihadapi oleh kafe tersebut. Situasi ini menuntut adanya evaluasi mendalam terhadap berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja usaha, yang dalam hal ini dilakukan melalui pendekatan analisis SWOT. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengevaluasi strategi kompetitif Kopken Cafe dalam merespons tantangan pasar tersebut (Sandy & Mega, 2021).

Fenomena pasar kafe di Kendari menunjukkan bahwa masyarakat kini lebih memilih untuk menghabiskan waktu di kafe daripada di rumah. Menurut data yang dikumpulkan, banyak konsumen yang menganggap kafe sebagai tempat untuk bekerja, bersantai, atau berkumpul dengan teman-teman. Kafe seperti Kopken Cafe harus mampu menawarkan suasana yang nyaman dan produk berkualitas untuk menarik pelanggan. Ketersediaan Wi-Fi gratis, berbagai pilihan minuman, dan desain interior yang menarik menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen (Kotler & Armstrong, 2016).

Seiring dengan semakin banyaknya kafe yang bermunculan, Kopken Cafe tidak hanya dituntut untuk bersaing dengan kompetitor sejenis, tetapi juga harus mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin cepat berubah. Pandemi COVID-19 telah membawa pergeseran signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, di mana sebagian besar pelanggan kini lebih memilih layanan pesan-antar makanan dan minuman secara daring. Situasi ini menuntut para pelaku usaha kafe, termasuk Kopken Cafe, untuk memanfaatkan teknologi secara maksimal agar tetap dapat menjalin komunikasi dengan pelanggan serta menyediakan layanan yang cepat dan efektif (Lutfi & Ihsan, 2021). Tantangan utama yang dihadapi Kopken Cafe adalah bagaimana menjaga sekaligus meningkatkan daya saing di tengah kondisi pasar yang semakin kompetitif. Meskipun telah banyak studi yang membahas strategi pemasaran di sektor kuliner, masih terdapat kekosongan kajian yang secara khusus menyoroti strategi bisnis

kafe di wilayah Kota Kendari.

Sebagian besar penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada kajian terhadap kafe yang beroperasi di kota-kota besar, padahal dinamika pasar di kota yang lebih kecil seperti Kendari sering kali memiliki karakteristik yang berbeda. Oleh sebab itu, studi ini bertujuan untuk mengisi kekosongan penelitian dengan menelaah kondisi pasar serta strategi bisnis yang diterapkan oleh Kopken Cafe di Kota Kendari. Persaingan dalam sektor kafe di Indonesia, khususnya di Kendari, telah menunjukkan peningkatan yang signifikan, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat. Kini, masyarakat semakin sering menghabiskan waktu di luar rumah dan menjadikan kafe sebagai tempat ideal untuk bersosialisasi, bekerja, maupun belajar. Dalam kondisi seperti ini, setiap pelaku usaha kafe perlu memiliki strategi bersaing yang tepat agar dapat bertahan dan tumbuh di tengah kompetisi yang semakin ketat. Salah satu penelitian yang relevan dilakukan oleh Wijaya (2017), yang mengkaji strategi kompetitif pada Vosco Coffee di Kota Malang. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan kafe dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keunikan produk dan mutu pelayanan. Namun, kajian tersebut belum memperhatikan konteks lokal seperti di Kendari, yang memiliki karakteristik pasar dan preferensi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut yang mempertimbangkan kondisi dan tantangan spesifik di daerah tersebut.

Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai strategi bersaing dalam konteks yang lebih spesifik dan lokal. Selain itu, analisis lingkungan bisnis yang disajikan oleh Mootalu (2023) menyoroti pentingnya pemahaman tentang faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi keunggulan bersaing. Penelitian ini menekankan bahwa kafe perlu melakukan adaptasi terhadap perubahan yang terjadi di pasar, tetapi tidak memberikan detail mengenai implementasi strategi konkret di daerah dengan dinamika sosial yang berbeda seperti Kendari. Sementara itu, Enjeli (2022) menggunakan pendekatan teori permainan dalam menganalisis strategi persaingan, namun penerapan teori ini dalam konteks kafe lokal di Kendari masih perlu diteliti lebih lanjut.

Salah satu kekurangan dalam literatur sebelumnya dapat dilihat pada studi yang dilakukan oleh Afsari dan Rachmawati (2019), yang membahas penggunaan analisis SWOT sebagai alat untuk meningkatkan daya saing bisnis. Meskipun pendekatan ini terbukti memberikan hasil positif, penelitian tersebut belum menjelaskan bagaimana penerapannya dapat disesuaikan dengan karakteristik pasar lokal, khususnya di wilayah Kendari. Selain itu, penelitian dari Fadhillah dan rekan-rekannya (2022) menekankan pentingnya strategi pemasaran dalam membantu pemulihan sektor usaha setelah pandemi. Namun, studi tersebut belum memberikan gambaran secara spesifik mengenai bagaimana pelaku usaha kafe di Kendari dapat mengimplementasikan strategi tersebut secara optimal untuk menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama.

Penelitian ini berfokus pada penggunaan analisis SWOT sebagai alat utama dalam mengevaluasi strategi bisnis. Menurut David (2017), analisis SWOT merupakan instrumen yang esensial dalam proses perencanaan strategis karena memungkinkan identifikasi serta penyelarasan antara faktor internal—seperti kekuatan dan kelemahan—dengan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Sementara itu, Rangkuti (2015) menjelaskan bahwa SWOT merupakan teknik analisis yang bertujuan untuk menilai dan memahami berbagai faktor internal maupun eksternal yang berperan dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Di sisi lain, studi yang dilakukan oleh Supryanita dan Putri (2018) serta Tahir (2022) memang memberikan gambaran umum mengenai strategi pemasaran dan langkah-langkah perencanaan strategis. Namun, kedua penelitian tersebut belum secara khusus menyoroti pengaruh kondisi lokal terhadap keberhasilan penerapan strategi tersebut.

Diperlukan pendekatan yang lebih menyeluruh dan disesuaikan dengan kondisi lokal untuk memahami secara mendalam tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha kafe di wilayah Kendari. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi kompetitif yang dijalankan oleh Kopken Cafe Kendari. Fokus utama dari studi ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi yang diterapkan, serta menelaah bagaimana kafe tersebut dapat memaksimalkan keunggulan kompetitifnya dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian mampu memberikan kontribusi berarti bagi pemilik kafe lokal dan para pemangku kepentingan di industri kuliner, sekaligus memperluas khazanah pengetahuan mengenai strategi bersaing dalam konteks daerah. Lebih dari sekadar menambah wawasan, penelitian ini juga ditujukan sebagai acuan dalam merumuskan praktik bisnis yang lebih efektif bagi sektor kafe di Kendari. Dalam menjawab tantangan yang ada, kafe dituntut untuk mengembangkan berbagai aspek strategis seperti pembaruan produk, pelayanan yang berkualitas, serta strategi pemasaran yang tepat sasaran.

Sebagai salah satu pelaku usaha di sektor kafe, Kopken Cafe di Kendari perlu mampu mengenali dan mengembangkan keunggulan bersaing yang dimilikinya, baik dari sisi mutu produk maupun kualitas pengalaman pelanggan. Penelitian ini berupaya untuk mengkaji secara komprehensif strategi kompetitif yang diterapkan oleh Kopken Cafe, dengan menitikberatkan pada identifikasi elemen-elemen yang berkontribusi terhadap keberhasilan strategi tersebut dalam merespons intensitas persaingan yang terus meningkat. Diharapkan melalui pendekatan ini, studi ini dapat memberikan manfaat nyata bagi para pemilik kafe di daerah serta pemangku kepentingan dalam industri kuliner, sekaligus memperkaya referensi ilmiah terkait strategi persaingan yang relevan dalam konteks lokal.

Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan pemahaman baru mengenai strategi kompetitif, tetapi juga diharapkan dapat menjadi acuan dalam perbaikan praktik bisnis di industri kafe, khususnya di wilayah Kendari. Selain itu, studi ini juga akan menelaah pengaruh berbagai faktor eksternal—seperti pergeseran preferensi konsumen, kemajuan teknologi, dan situasi ekonomi lokal—terhadap strategi yang diterapkan oleh Kopken Cafe. Dengan adanya analisis ini, diharapkan dapat tersaji gambaran yang lebih menyeluruh mengenai bagaimana sebuah kafe dapat menyesuaikan diri dan berkembang di tengah dinamika lingkungan yang terus berubah. Oleh karena itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan yang aplikatif bagi pelaku usaha kafe di Kendari untuk memperkuat posisi mereka di pasar, sekaligus berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan kemajuan sektor kuliner lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus sebagai kerangka utamanya. Proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara, observasi langsung di lapangan, serta analisis dokumen yang relevan. Wawancara dilakukan dengan pemilik, manajer, dan karyawan Kopken Cafe untuk mendapatkan informasi tentang strategi yang diterapkan dan tantangan yang dihadapi. Observasi dilakukan untuk menilai kondisi fisik kafe dan pengalaman pelanggan. Dokumentasi mencakup data penjualan dan laporan lainnya yang berkaitan dengan operasional kafe.

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, di antaranya:

Wawancara, yang dilangsungkan dengan narasumber utama seperti pemilik dan

manajer kafe guna memperoleh informasi yang mendalam;

Observasi, yang dilakukan secara langsung untuk mengamati aktivitas di kafe serta interaksi antara pelanggan dan staf.

Dokumentasi, yakni dengan menghimpun informasi dari berbagai sumber tertulis seperti laporan penjualan serta materi promosi yang telah disiapkan oleh pihak kafe.

2. Analisis Data

Proses analisis data dilakukan dengan memanfaatkan matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation), analisis SWOT, serta metode QSP (Quantitative Strategic Planning). Pendekatan ini digunakan untuk menilai berbagai aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Kopken Cafe. Hasil dari analisis tersebut menjadi dasar dalam perumusan strategi bersaing yang sesuai dan efektif..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kopken Cafe Kendari merupakan salah satu kafe yang menunjukkan tingkat kreativitas tinggi dan terus berkembang, khususnya dalam upaya menarik minat pelanggan. Penelitian ini menyajikan hasil berupa analisis menggunakan IFE dan EFE, SWOT, serta QSP. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation) merupakan instrumen strategis yang berfungsi untuk menilai berbagai faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi performa sebuah organisasi. IFE menitikberatkan pada pengidentifikasian kekuatan dan kelemahan dari dalam organisasi, sedangkan EFE digunakan untuk mengevaluasi peluang dan tantangan yang muncul dari lingkungan luar.

Sementara itu, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan pendekatan yang mengintegrasikan penilaian terhadap faktor internal dan eksternal guna memberikan gambaran komprehensif mengenai posisi strategis suatu organisasi. Adapun QSP (Quantitative Strategic Planning) merupakan metode yang digunakan untuk menyusun dan menentukan strategi yang paling tepat, berdasarkan hasil evaluasi faktor-faktor tersebut. Proses ini melibatkan pemberian bobot dan skor terhadap setiap faktor guna mengidentifikasi strategi alternatif yang paling efektif dalam mencapai sasaran bisnis. Dengan memanfaatkan kombinasi dari berbagai alat analisis ini, organisasi dapat mengambil keputusan yang lebih akurat dan berbasis data strategis.

Analisis IFE dan EFE Kopken Cafe

Hasil analisis menunjukkan bahwa Kopken Cafe memiliki beberapa kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi daya saingnya. Tabel di bawah ini merangkum hasil analisis IFE dan EFE.

Tabel 1. Hasil Analisis IFE dan EFE Kopken Cafe

Faktor	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Lokasi strategis	0.20	4	0.80
Menu variatif	0.15	3	0.45
Harga terjangkau	0.10	4	0.40
Total Kekuatan	0.45		1.65
Kelemahan			
Promosi kurang efektif	0.10	2	0.20
Kualitas pelayanan	0.15	2	0.30
Total Kelemahan	0.25		0.50
Peluang			
Pertumbuhan jumlah pengunjung	0.20	4	0.80

Meningkatkan kesadaran sosial	0.15	3	0.45
Total Peluang	0.35		1.25
Ancaman			
Persaingan yang ketat	0.25	2	0.50
Kenaikan harga bahan baku	0.15	3	0.45
Total Ancaman	0.40		0.95
Total Skor	1.00		3.20

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, Kopken Cafe memperoleh skor total IFE sebesar 1,65 pada aspek kekuatan dan 0,50 pada aspek kelemahan. Sementara itu, skor total EFE menunjukkan nilai 1,25 untuk peluang dan 0,95 untuk ancaman. Nilai-nilai tersebut mengindikasikan bahwa Kopken Cafe berada dalam posisi yang relatif kompetitif di pasar. Dengan mengacu pada hasil evaluasi IFE dan EFE tersebut, maka dapat disusun matriks SWOT untuk menggambarkan posisi strategis Kopken Cafe secara lebih menyeluruh.

Analisis SWOT Cafe Kopken

SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan alat analisis strategis yang digunakan oleh Kopken Cafe Kendari untuk mengevaluasi posisi usahanya di pasar. Melalui identifikasi kekuatan dan kelemahan dari dalam perusahaan serta peluang dan tantangan dari lingkungan eksternal, kafe ini dapat merancang strategi yang lebih tepat dan relevan dengan situasi yang sedang dihadapi. Tabel berikut menyajikan ringkasan berbagai faktor utama yang berdampak terhadap performa dan perkembangan bisnis kafe tersebut. Tabel 2. Analisis SWOT Kopken Cafe Kendari

Analisis SWOT	Keterangan
Kekuatan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kualitas produk yang tinggi dan konsisten. 2) Lokasi strategis yang mudah diakses oleh pelanggan. 3) Pelayanan pelanggan yang ramah dan proaktif. 4) Keragaman menu yang menarik dan inovatif. 5) Atmosfer kafe yang nyaman dan menarik.
Kelemahan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ketergantungan pada pemasok tertentu untuk bahan baku. 2) Kurangnya pemanfaatan pemasaran digital yang optimal. 3) Sumber daya manusia yang terbatas untuk pelatihan karyawan secara rutin. 4) Kapasitas tempat duduk yang terbatas pada jam sibuk.
Peluang	<ol style="list-style-type: none"> 1) Meningkatnya tren konsumsi makanan dan minuman sehat. 2) Potensi kemitraan dengan supplier lokal untuk bahan baku yang segar. 3) Peningkatan penggunaan media sosial untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan. 4) Peluang untuk mengadakan event atau promosi khusus untuk menarik lebih banyak pengunjung. 5) Kesempatan untuk memperluas jangkauan layanan dengan pengantaran.
Ancaman	<ol style="list-style-type: none"> 1) Meningkatnya tingkat persaingan antar kafe di wilayah yang sama. 2) Perubahan selera dan kebiasaan konsumen yang berlangsung secara cepat dan tidak menentu. 3) Ketidakstabilan harga bahan baku yang dapat berdampak pada margin keuntungan usaha. 4) Pengaruh kondisi ekonomi makro yang tidak menentu, seperti inflasi dan turunnya daya beli masyarakat. 5) Potensi kebijakan atau regulasi pemerintah yang bisa mengganggu kelancaran operasional bisnis kafe.

Tabel diatas menunjukkan bahwa Kopken Cafe Kendari memiliki sejumlah kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing, seperti kualitas produk yang tinggi dan pelayanan pelanggan yang ramah. Lokasi strategis dan keragaman menu juga memberikan keunggulan yang signifikan. Namun, kelemahan seperti ketergantungan pada pemasok tertentu dan kurangnya pemanfaatan pemasaran digital perlu diatasi agar kafe dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar. Dari segi peluang, tren konsumsi makanan sehat dan potensi kemitraan dengan supplier lokal menawarkan kesempatan untuk memperluas pangsa pasar. Peningkatan penggunaan media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk promosi yang lebih efektif. Namun, ancaman dari kompetisi yang ketat dan perubahan preferensi konsumen harus diwaspadai. Merumuskan strategi yang mempertimbangkan faktor-faktor ini, Kopken Cafe Kendari dapat meningkatkan posisinya dalam industri dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Analisis QSP

Tabel matriks QSP (Quantitative Strategic Planning Matrix) berikut menampilkan sejumlah alternatif strategi yang dirancang dan diterapkan oleh Kopken Cafe Kendari guna memperkuat daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin sengit. Setiap strategi alternatif disusun untuk merespons berbagai tantangan yang dihadapi kafe, sekaligus memanfaatkan peluang yang tersedia di lingkungan usaha. Nilai Total Attractiveness Score (TAS) digunakan untuk menilai seberapa menarik masing-masing strategi, dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti potensi peningkatan pendapatan, tingkat kepuasan pelanggan, serta efisiensi dalam operasional bisnis.

Beberapa strategi yang direkomendasikan mencakup peningkatan mutu produk, penguatan kualitas layanan pelanggan, serta optimalisasi pemanfaatan media digital dalam kegiatan pemasaran. Seluruh strategi ini dirancang untuk meningkatkan pengalaman konsumen secara menyeluruh sekaligus menarik lebih banyak pelanggan. Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, Kopken Cafe Kendari diharapkan mampu memperkuat posisinya di pasar dan mencapai pertumbuhan usaha yang konsisten. Rangkuman hasil analisis QSP ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis QSP Kapken Cafe Kendari

No.	Alternatif Strategi	Total TAS	Peringkat
1	Meningkatkan Kualitas Produk dengan Menggunakan Bahan Berkualitas Tinggi dan Proses yang Terstandarisasi	4.5	3
2	Mengimplementasikan Strategi Pemasaran Digital melalui Media Sosial dan Website untuk Meningkatkan Visibilitas	4.2	1
3	Mengembangkan Layanan Pelanggan yang Proaktif dan Responsif untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	4.0	5
4	Diversifikasi Menu dengan Menyediakan Pilihan Makanan dan Minuman yang Beragam, Termasuk Pilihan Sehat dan Musiman	3.8	7
5	Membangun Kemitraan dengan Supplier Lokal untuk Mendukung Ekonomi Daerah dan Menjamin Ketersediaan Bahan Baku yang Segar	3.7	10
6	Melakukan Promosi Melalui Media Sosial dengan Konten Kreatif dan Interaktif untuk Menarik Minat Pelanggan	3.6	6

7	Menawarkan Paket Spesial dan Promo Menarik pada Hari-Hari Tertentu untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung	3.5	2
8	Meningkatkan Pengalaman Pelanggan Melalui Desain Interior yang Nyaman dan Atmosfer yang Menarik	3.3	8
9	Melakukan Penelitian dan Pengembangan Produk Baru untuk Menyesuaikan dengan Tren dan Preferensi Konsumen yang Berubah	3.2	4
10	Mengadakan Pelatihan Karyawan Secara Rutin untuk Meningkatkan Kualitas Layanan dan Penanganan Pelanggan	3.0	9

Hasil dari matriks QSP menunjukkan bahwa strategi untuk meningkatkan mutu produk memperoleh skor tertinggi, yaitu 4,5, sehingga menjadi fokus utama yang perlu diprioritaskan oleh Kopken Cafe Kendari. Kualitas produk yang unggul memegang peranan penting dalam menarik pelanggan baru sekaligus menjaga loyalitas pelanggan lama, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap penjualan dan citra usaha. Selain itu, penerapan strategi pemasaran digital dengan skor 4,2 juga dinilai krusial, karena kehadiran secara daring yang optimal memungkinkan kafe menjangkau lebih banyak calon konsumen dan memperkuat eksistensinya di pasar yang penuh persaingan.

Selanjutnya, peningkatan layanan pelanggan yang bersifat proaktif dengan skor 4,0 menegaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan aspek krusial dalam industri kafe. Pelayanan yang optimal tidak hanya mampu membangun loyalitas pelanggan, tetapi juga mendorong promosi melalui rekomendasi personal, yang sangat bernilai dalam dunia usaha kafe. Di sisi lain, strategi seperti memperluas variasi menu (3,8) dan menjalin kerja sama dengan pemasok lokal (3,7) juga dinilai efektif untuk menyesuaikan dengan selera pelanggan sekaligus berkontribusi pada perekonomian setempat. Dengan merancang dan melaksanakan strategi-strategi ini secara tepat, Kopken Cafe Kendari berpeluang untuk memperkuat posisinya di pasar dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkesinambungan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian terkait strategi bersaing Kopken Cafe Kendari menunjukkan bahwa kafe ini menempati posisi yang cukup kompetitif di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Hal ini tercermin dari perolehan skor IFE sebesar 1,65 untuk kekuatan dan 0,50 untuk kelemahan. Keunggulan utama Kopken Cafe terletak pada mutu produk yang konsisten tinggi, pelayanan yang ramah kepada pelanggan, serta lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. Meskipun demikian, masih terdapat kendala yang perlu segera ditangani, seperti ketergantungan terhadap pemasok tertentu dan belum optimalnya pemanfaatan media digital dalam aktivitas pemasaran.

Berdasarkan hasil analisis EFE, Kopken Cafe memperoleh skor sebesar 1,25 pada aspek peluang dan 0,95 untuk ancaman. Adanya peluang pertumbuhan yang cukup besar, seperti meningkatnya jumlah pelanggan serta tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk lokal, membuka ruang bagi Kopken Cafe untuk memperluas usahanya. Meskipun demikian, ancaman yang berasal dari tingginya tingkat persaingan dan ketidakstabilan harga bahan baku tetap perlu diantisipasi. Melalui pendekatan analisis SWOT, keseluruhan faktor tersebut dapat dirangkum secara menyeluruh, sehingga kekuatan dan peluang yang dimiliki dapat digunakan secara strategis untuk mengatasi kelemahan dan tantangan yang dihadapi.

Strategi-strategi yang diusulkan, termasuk peningkatan kualitas produk dengan menggunakan bahan berkualitas tinggi dan proses yang terstandarisasi, serta implementasi strategi pemasaran digital yang efektif, menjadi prioritas utama dengan total skor QSP tertinggi sebesar 4.5. Pengembangan layanan pelanggan yang proaktif dan responsif juga menunjukkan pentingnya kepuasan pelanggan dalam industri kafe, dengan skor 4.0.

Merumuskan dan mengimplementasikan strategi-strategi ini, Kopken Cafe diharapkan mampu menarik lebih banyak pelanggan, mempertahankan loyalitas yang ada, dan memperkuat posisinya di pasar. Penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan baru bagi pemilik kafe dan stakeholder lainnya di industri kuliner, tetapi juga memperkaya literatur tentang strategi bersaing di konteks lokal. Ke depan, penting bagi Kopken Cafe untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan tren serta preferensi konsumen untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal.

Saran

Berikut ini beberapa saran yang peneliti berikan dengan tujuan untuk membangun usaha cafe lain nya khususnya sebagai rujukan, diantaranya yakni:

1. Kopken Cafe perlu mengoptimalkan pemanfaatan platform media sosial dan website untuk meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan. Dengan konten yang menarik dan interaktif, kafe dapat membangun komunitas online yang solid serta mempromosikan produk dan acara khusus.
2. Mengingat tren konsumen yang terus berubah, Kopken Cafe sebaiknya mempertimbangkan untuk memperluas variasi menu dengan pilihan makanan dan minuman yang sehat dan musiman. Hal ini tidak hanya akan menarik pelanggan baru tetapi juga memenuhi kebutuhan pelanggan yang sudah ada.
3. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, Kopken Cafe harus melaksanakan pelatihan rutin bagi karyawan. Fokus pada keterampilan layanan pelanggan dan pengetahuan produk akan membantu menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Membangun kemitraan dengan supplier lokal dapat membantu Kopken Cafe menjamin ketersediaan bahan baku yang segar dan berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Afsari, A., & Rachmawati, E. (2019). Tinjauan tentang penerapan analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing perusahaan (Studi kasus pada King Cafe). *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, 1(2), 109-119.
- David, F. R. (2012). *Strategic Management: Concepts*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education
- Enjeli, D. C. P. (2022). Analisis Strategi Persaingan Cafe Di Tuban Dengan Metode Game Theory (Teori Permainan). *MATHunesa: Jurnal Ilmiah Matematika*, 10(2), 344-348.
- Fadhillah, M. H., Solihin, S. A., & Nugrahyani, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran pada Kerta Cafe dalam Upaya Memulihkan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19.
- Fauzan, R., & Sari, A. M. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus di Cafe Texas Juice Cabang Tengah Jua Kota Bukittinggi). *jurnal ekonomi*, 20(2), 147-156.
- Fildzah, A. N., & Mayangsari, I. D. (2018). Analisis strategi promosi pada UMKM social enterprise (Studi kasus Pascorner Cafe and Gallery). *Jurnal komunikasi*, 12(2), 101-112.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Mootalu, N. (2023). Analisis Lingkungan Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Café Kopilabs. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(3), 1055-1063.

- Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Supryanita, R., & Putri, D. A. (2018). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pad cafe kopmil ijo payakumbuh. *jurnal ekonomi*, 21(2), 106-119.
- Tahir, T. R. (2022). Perencanaan Strategi Untuk Mencapai Keunggulan Dalam Bersaing Di Checo Café And Resto. *Journal of Accounting and Business Studies*, 7(2).
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2005). Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Wijaya, G. A. (2017). Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Café Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Vosco Coffee Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2).