



Received : February 08, 2021
Accepted : February 12, 2021
Published : March 03, 2021

Conference on Community Engagement Project
<https://journal.uib.ac.id/index.php/concept>

Penerapan Terhadap Analisis Swot Pada Usaha First Hook Coffee

Benny Carlson

Universitas Internasional Batam

Email Korespondensi : carlson1233@gmail.com

Abstract

Author start the internship program towards Small Micro Medium Enterprises (SMME) First Hook Coffee Shop's business in August 12th 2018. SMME is located at Perum Nusa Jaya Blok F No 11, Sungai Panas. This SMME belongs to Mr. Hendry, needs strategic to deal with other SMME. Author wants to help owner of First Hook Coffee Shop to improve the selling strategy by building new strategy in order to compete with other competitors.

During implementing this practical work, author gather information to do background analysis of First Hook Coffee Shop. After analysis, author adopted a strategy to enable Mr. Hendry's business to compete and run better than before. The problem with the implementation of this strategy is the lack of preparation to run the strategy, therefore more time is needed to implement the strategy formulated by the author. The strategy is the SWOT matrix. Author thought that this is the best strategy to deal with new competitors in the current situation.

Small Micro Medium Enterprises First Hook Coffee Shop implemented SWOT Matrix that thought and made by author. Author provide social media for First Hook Coffee Shop to owner so that he can up-to date about every promotions through Instagram and Go-Food, so that all of the customer will know any promotion that being made by First Hook Coffee Shop.

Keywords : *SWOT Matrix, Promotion, Media Social*

Abstrak

Penulis memulai program magang menuju usaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) First Hook Coffee Shop pada 12 Agustus 2018. UMKM berlokasi di Perum Nusa Jaya Blok F No 11, Sungai Panas. UMKM milik Pak Hendry ini, butuh strategi untuk menghadapi UMKM lain. Penulis ingin membantu pemilik First Hook Coffee Shop untuk meningkatkan strategi penjualan dengan membangun strategi baru agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Selama melaksanakan kerja praktek ini, penulis mengumpulkan informasi untuk melakukan analisis latar belakang di First Hook Coffee Shop. Setelah dianalisis, penulis membuat strategi agar bisnis Pak Hendry dapat bersaing dan

berjalan lebih baik dari sebelumnya. Permasalahan dalam implementasi strategi ini adalah kurangnya persiapan untuk menjalankan strategi tersebut, oleh karena itu diperlukan waktu yang lebih banyak untuk mengimplementasikan strategi yang dirumuskan oleh penulis. Strateginya adalah matriks SWOT. Penulis berpendapat bahwa ini adalah strategi terbaik untuk menghadapi pesaing baru dalam situasi saat ini.

Usaha Kecil Mikro Menengah First Hook Coffee Shop menerapkan Matriks SWOT yang dipikirkan dan dibuat oleh penulis. Penulis menyediakan media sosial First Hook Coffee kepada pemiliknya sehingga ia dapat selalu mendapatkan informasi tentang setiap promosi melalui Instagram dan Go-Food, sehingga para pelanggan mengetahui promosi apa saja yang dilakukan oleh First Hook Coffee Shop.

Kata Kunci: *SWOT Matrix*, Promosi, Media Sosial

Pendahuluan

Bisnis disuatu kota pastinya akan berkembang semakin besar seiring berjalannya waktu sehingga persaingan akan semakin ketat. Oleh karena itu diperlukan banyak cara untuk meningkatkan performa bisnisnya sendiri, hal ini juga harus diperhatikan dan dilakukan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Coffee Shop yang bernama First Hook Coffee adalah sebuah usaha menengah yang bergerak pada penjualan minuman yang berdiri di Perumahan Nusa Jaya Blok F No 11, Sungai Panas Batam. UKM First Hook Coffee Shop perlu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan baik dari sisi internal maupun eksternal perusahaan. Dengan diketahuinya faktor internal dan eksternal maka perusahaan akan lebih optimal dalam memanfaatkan peluang-peluang ataupun kekuatan yang ada untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Identifikasi faktor internal eksternal pada UMKM First

Hook Coffee Shop dilakukan dengan analisis SWOT. Analisis SWOT ialah analisis yang memiliki tujuan untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan biasa disebut dengan analisis lingkungan mikro, dan analisis lingkungan makro dimana teknik historis yang digunakan oleh para manajer membuat suatu gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan. (Nizar Sapta Nuary, 2015).

Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Adapun persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seorang pemasar dituntut untuk memahami permasalahan pokok di bidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan menggunakan analisis SWOT, (Elyarni, 2016).

Pada saat ini kota Batam semakin banyak yang mendirikan tempat untuk bersantai seperti coffee

shop sehingga persaingan akan semakin berat dan pendapatan First Hook Coffee tidak mengalami kenaikan yang signifikan. Adapun tujuan proyek dalam penyusunan laporan kerja praktek ini yaitu untuk meningkatkan penjualan, membantu menambahkan pelanggan baru melalui media sosial, dan menjaga loyalitas pelanggan sehingga tidak beralih kekompetitor.

Masalah

Usaha ini memiliki beberapa permasalahan yang ditemukan didalam First Hook Coffee bahwa dimana kurang luasnya penyebaran media sosial untuk menarik lebih banyak lagi pelanggan sehingga omset usaha tidak mengalami peningkatan dan semakin lama beberapa pelanggan mulai pindah ke kompetitor lain yang lebih luas melakukan penyebaran nama produk serta diikuti promosi yang lebih menarik terutama pada tanggal tanggal yang memiliki sejarah.

Dampak dari jarang melakukan promosi ialah dapat membuat pelanggan perlahan pindah menuju kompetitor yang menyediakan promosi yang jauh lebih menarik. Dikarenakan promosi dapat menarik perhatian lebih dari konsumen untuk mencoba produk tersebut. Setelah mengetahui posisi pada permasalahan UMKM maka ada analisa SWOT yang terletak dimana strategi yang paling sesuai adalah strategi agresif dimana strategi ini adalah strategi yang menuju kemajuan dari perusahaan. (Suhartini, 2019)

Metode

Dalam melakukan kerja praktek peneliti menggunakan

beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. Dalam kegiatan observasi dapat mengumpulkan rincian hal-hal yang harus diperbaiki dan ditambah untuk mengembangkan First Hook Coffee. Teknik wawancara digunakan untuk mengetahui latar belakang permasalahan yang dialami oleh First Hook Coffee.

Observasi dilakukan dengan cara melakukan kunjungan terus menerus serta mengamati penjualan yang dilakukan First Hook Coffee. Pengamatan yang dilakukan berupa minatnya pelanggan dalam menu yang diinginkan dan juga mencatat jangkauan pasar yang membeli serta tingkat kestabilan penjualan tiap harinya. Tujuan dilakukan observasi untuk memperoleh data dan memahami kondisi yang terjadi ditempat peneliti melakukan kerja praktek, sehingga dapat langsung melakukan wawancara kepada pemilik usaha. Adapun tujuan lain dalam melakukan observasi seperti untuk mengetahui apa saja kekurangan yang dialami oleh First Hook Coffee sehingga mudah untuk memberikan masukan yang bertujuan memajukan tingkat profitabilitas usaha tersebut.

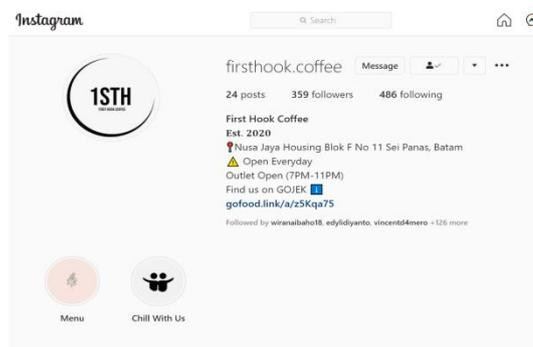
Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik First Hook Coffee yaitu Bapak Hendry dengan memberikan beberapa pertanyaan seputar latar belakang dan gambaran umum usaha, serta struktur organisasi hingga aktifitas operasional yang didukung oleh observasi. Berberapa pertanyaan juga mengarahkan kepada permasalahan yang dialami oleh usaha tersebut. Teknik wawancara tersebut berhasil

membuat penulis merancang suatu strategi agar usaha milik Bapak Hendry dapat bersaing dengan usaha lainnya yang sejenis.

Pembahasan

Penulis melakukan penelitian dalam waktu 3 bulan dan menemukan beberapa kendala atau permasalahan yang ada setelah melakukan analisis *SWOT* dan melakukan beberapa cara untuk memperluas pasar melalui sosial media yaitu Instagram dan Go-Food.

Pertama untuk memperluas pasar, penulis mendaftarkan UMKM dimedia sosial yang diberi nama @firsthook.coffee



Gambar 1. Instagram @firsthook.coffee

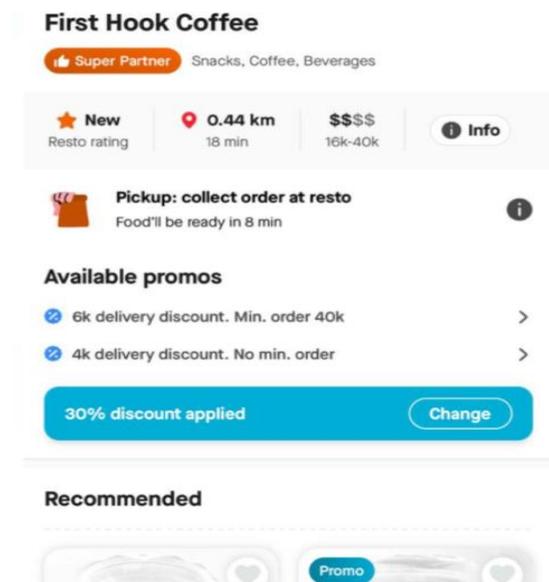
Kedua untuk menarik lebih banyak pelanggan, penulis merekomendasikan beberapa menu baru yang *non-coffee*.



Benny Carlson

Gambar 2. Menu Baru @firsthook.coffee

Ketiga untuk memperluas pasar, penulis mendaftarkan UMKM dengan *Go-Food* dimana pelanggan dapat membelinya melalui gojek sehingga dapat mempermudah pembeli.



Gambar 3. *Go-Food* First Hook Coffee

Kesimpulan

First Hook Coffee merupakan sebuah usaha yang berjalan dalam bidang penjualan minuman ber kopi. Sebagai bentuk untuk mengabdikan kepada masyarakat, penulis melakukan program yang dapat membantu usaha First Hook Coffee berkembang. Dengan melakukan analisa *SWOT Matrix*. Dari analisa *SWOT Matrix* penulis dapat menilai keberadaan usaha serta kompetitor dan juga hal yang dapat memberikan dorongan kepada usaha First Hook

Coffee untuk berkembang. Hasil dari analisa *SWOT Matrix* serta strategi untuk mengatasi permasalahan dari hasil analisa tersebut akan dilampirkan pada bagian laporan ini. Hasil analisa *SWOT Matrix* telah diterapkan oleh First Hook Coffee. Strategi yang dimaksud berupa memperluas target pasar melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Go-Food*. Hasilnya, proses penambahan pelanggan baru serta memperluas keberadaan *coffee shop* dapat berjalan lebih lancar. Dengan menghasilkan laporan *SWOT Matrix* serta program pengembangan lainnya yang membantu First Hook Coffee, maka target dan luaran dari program ini telah tercapai.

Daftar Pustaka

- Elyarni, R. (2016). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express pada PT. SAP. *Jurnal Metris*, 17(1), 81–88.
- Nizar Sapta Nuary. (2015). Strategi Pemasaran Pendekatan Analisis SWOT Pada PT. Super Sukses Motor Banjarmasin, 1–27.
- Suhartini. (2019). Analisa swot dalam menentukan strategi pemasaran pada perusahaan. *Jurnal Metris*, 6, 82–87.