

# Strategi Adaptif Coffee Shop Untuk Meningkatkan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Di Era New Normal (Studi Pada Coffe Shop “Kefi” Di Sidoarjo)

Oleh:

**Aura Masdena Nur Wilujeng 172010200025**

**Dosen Pembimbing : Rita Ambarwati Sukmono**

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juli 2024



# Pendahuluan



*Coffee Shop* memiliki beberapa strategi khusus yang diterapkan dalam Era *New Normal* dengan tujuan mempertahankan usaha kedai kopinya agar tetap dapat melayani konsumen dengan baik, yaitu dengan memanfaatkan lokasi yang dimiliki dan strategi operasi yang baik untuk meningkatkan kinerja bisnisnya. Salah satu strategi yang dilakukan pengusaha yaitu strategi adaptif

Penelitian ini mengambil objek di Coffe Shop “Kefi” Di Sidoarjo yang beralamatkan di Jl. Kav. DPR III No.171, Nggrekmas, Pagerwojo, Kec. Buduran, Kab. Sidoarjo



# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)



Bagaimana penerapan strategi adaptif di Coffe Shop “Kefi” dalam segi kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas dalam penerapan era new normal di Kabupaten Sidoarjo?

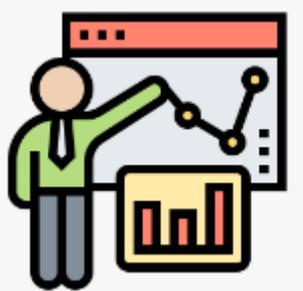
# Metode



Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, penelitian deskriptif Fokus penelitian ini yaitu menganalisis strategi adaptif yang dilakukan oleh Coffee shop “Kefi dengan Analisis SWOT



Informan penelitian adalah ada tiga antara lain Pemilik Coffee shop “Kefi” sebagai *key informan* , Customer Coffee shop “Kefi dan Waiters Coffe Shop “Kefi”



Pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi dan observasi

Dalam menganalisis data di lapangan ada beberapa tahapan, yaitu: Pengumpulan data. Diawali dengan mencari data dari beberapa sumber melalui Wawancara, Reduksi data, Penyajian data dan Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

# Hasil

EFAS / IFAS

## Strengths (Kekuatan)

1. Tempat yang strategis
2. Design interior yang aesthetic dan instagramable
3. Fasilitas Yang Dimiliki Lengkap
4. Pelayanan yang prima
5. Keanekaragaman Menu

## Weaknesses (Kelemahan)

1. Ketergantungan pada Pemasok dan Harga Bahan Baku
2. Promosi yang dilakukan belum sepenuhnya dilakukan secara maksimal

## Opportunities (Peluang)

1. Gaya hidup anak-anak muda dapat menambah minat konsumen
2. Melakukan strategi promosi dengan lebih maksimal lagi agar konsumen tertarik

## Strategi SO

1. Memberikan pelayanan yang baik dan spesifik kepada pelanggan dengan target market anak muda
2. Menyediakan fasilitas yang lengkap serta tempat yang nyaman

## Strategi WO

1. Mencari lebih banyak pemasok bahan baku
2. Promosi yang dilakukan melibatkan atau bertema aktivitas anak muda di berbagai media sosial

## Threats (Ancaman)

1. Banyaknya pesaing dengan jenis usaha yang sama
2. Tenaga kerja yang begitu muda

## Strategi ST

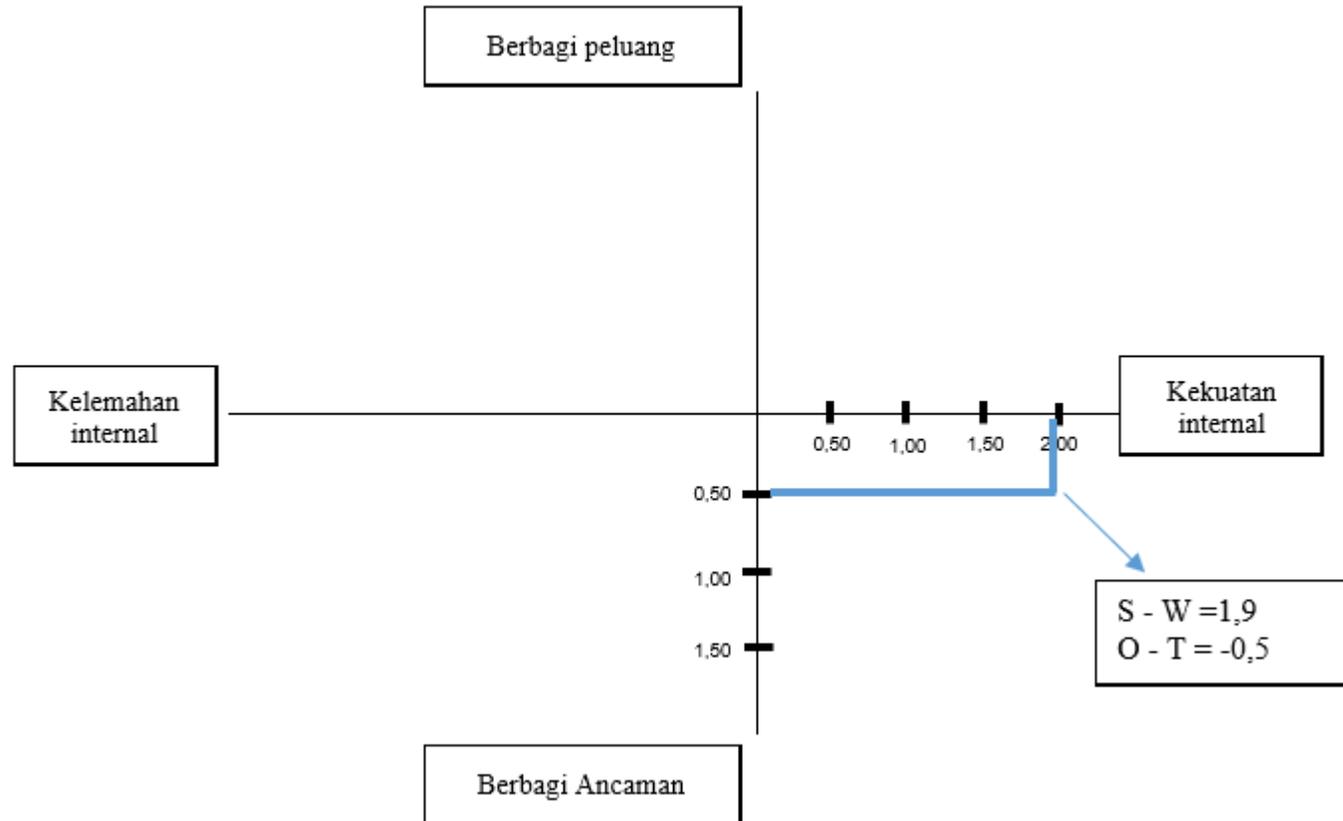
1. Merekrut karyawan yang untuk memaksimalkan pelayanan,
2. Memberikan pelatihan tentang ruang lingkup coffe shop dan barista

## Strategi WT

1. Promosi dengan pemanfaatan berbagai macam media sosial dan teknologi

# Hasil

Diagram analisis SWOT



# Pembahasan

## **Strategi SO**

1. Memberikan pelayanan yang baik dan spesifik kepada pelanggan dengan target market anak muda
2. Menyediakan fasilitas yang lengkap serta tempat yang nyaman

## **Strategi WO**

1. Mencari lebih banyak pemasok bahan baku
2. Promosi yang dilakukan melibatkan atau bertema aktivitas anak muda di berbagai media sosial

## **Strategi ST**

1. Merekrut karyawan yang untuk memaksimalkan pelayanan,
2. Memberikan pelatihan tentang ruang lingkup coffe shop dan barista

## **Strategi WT**

1. Promosi dengan pemanfaatan berbagai macam media sosial dan teknologi

# Temuan Penting Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan serta dijelaskan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Strategi Adaptif coffee shop “Kefi” untuk meningkatkan kualitas produk antara lain menyediakan menu minuman kopi dan non kopi yang enak dan bervariasi, menyiapkan kualitas kopi yang unggul, menyajikan kopi dengan kualitas terbaik. Pada aspek kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan, request atau pesanan kopi sesuai dengan selera pelanggan, seperti kreasi kopi dengan rasa yang tidak lazim atau menghadirkan tren minuman kopi terbaru dapat menarik minat pelanggan untuk mencoba hal baru dan pada aspek fasilitas disediakan adalah tempat duduk yang nyaman, suasana yang menyenangkan, serta desain interior yang menarik, akses WiFi, musik yang diputar di *Coffee Shop* “Kefi” dan ketersediaan toilet yang bersih dan terawat

# Saran Penelitian

Berdasarkan analisis dan pembahasan, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan. Berikut saran-saran yang ingin disampaikan oleh peneliti yaitu Sebaiknya pihak coffee shop dapat diakses dengan mudah oleh semua orang, termasuk penyandang disabilitas. Ini termasuk akses tanpa tangga, toilet yang sesuai, dan area yang luas untuk bergerak.

# Referensi

- [1] Adiwalyo, E. (2016). *Peran Food Blogger Dalam Pemasaran Kuliner*. Marketeers.
- [2] Shidqiyyah, S. 2016. *Tak Melulu Dijadikan Keripik*, 10 Olahan Belut ini Tak Kalah Lezat!. [Online].
- [3] Maharani, Laila & Meri Mustika. (2016). *Hubungan Self-Awareness dengan Kedisiplinan Peserta Didik Kelas VIII di SMP Wiyatama Bandar Lampung*. Jurnal Bimbingan dan Konseling, 3 (01), 17-31. (Online): <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/konseli/article/view/555> (Diakses pada tanggal 4 Maret 2018).
- [4] Parsons, Talcott. 1975. *The Present Status of "Structural-Functional" Theory In Sociology.* In Talcott Parsons, *Social System and The Evolution of Action Theory New York: The Pass Perss.*
- [5] Suryaningsih, Ika Barokah. Sularso, R. Andi. Handriana Tanti. 2020. *Manajemen Pemasaran Pariwisata dan Indikator Pengukuran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- [6] Nasihin, S., & Sururi, *Manajemen Peserta Didik. dalam Manajemen Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2009
- [7] Maramis, Sepang dan Soegoto. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado*. Jurnal EMBA Vol.6 No.3. Hal. 1658 – 1667.
- [8] Arianto, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 1(2), 83–101. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>
- [9] Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- [10] Barokah, S., Andina, A. N., & Anggiany, Z. (2020). Strategi Adaptif Kedai Kopi "Coffeebreak" Purwokerto Dalam Upaya Menyongsong New Normal. Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora, 1(12), 150-160.
- [11] Nasihin, M. A., Subagyo, S. E. F. S., Erfariani, S. A., & Farida, S. N. (2020). Strategi Bisnis Era New Normal Pada Kedai Kopi Di Surabaya (Studi Kasus Pada Beby's Coffee Di Jalan Srikana Timur No. 44 Surabaya). E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 13(2), 76-88.
- [12] Annisa, A. (2021). *Memulai Usaha Coffee Shop Di Era New Normal Covid-19 (Studi Antropologi Tentang Kewirausahaan Mahasiswa Di Kota Padang)* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- [13] Sugiyono, (2017) *Metode penelitian kombinasi (Mixes Methods)*. Bandung : CV Alfabeta.
- [14] Moleong, Lexy J. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- [15] Miles, M. B., Huberman, A. M. and Saldana, J. (2018). *Qualitative Data Analysis*. (Fourth Edi). SAGE Publication. Ltd.

