

Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Bisnis Kalisani Coffee Shop

SWOT Analysis In Determining Kalisani Coffee Shop Business Strategy

Fakhri Fakhri¹, Deni Kusuma², Juliana Angelica De Sena³, Leonardo Maulana⁴,
^{1,2,3,4}Manajemen UPI YPTK Padang

Korespondensi penulis : [1fakhrifakhri232@gmail.com](mailto:fakhrifakhri232@gmail.com), [2denikusuma027@gmail.com](mailto:denikusuma027@gmail.com),
[3angelicadesena07@gmail.com](mailto:angelicadesena07@gmail.com), [4lm732682@gmail.com](mailto:lm732682@gmail.com)

Article History:

Received: 30 Juni 2023

Revised: 18 Juli 2023

Accepted: 03 Agustus 2023

Keywords: *Kalisani Coffee Shop, UNAND, SWOT Analysis, Business Strategy, Method, Stakeholder Mapping, Cost-Benefit Analysis.*

Abstract: *Kalisani Coffee Shop is a cafe business located in the Andalas University (UNAND) campus environment. In this context, this study aims to conduct a SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) of the Kalisani Coffee Shop UNAND and formulate a business strategy in accordance with the SWOT findings. The method used in this research is a case study by collecting data through observation, interviews, and document analysis. SWOT analysis was conducted to identify internal and external factors that affect the business performance of Kalisani Coffee Shop UNAND. The results of the SWOT analysis show that some of the strengths of the Kalisani Coffee Shop UNAND are a strategic location on campus, good quality coffee products, and support from the student community. However, there are some weaknesses (weaknesses) such as lack of menu variety and lack of effective promotion. In terms of opportunities, Kalisani Coffee Shop UNAND can take advantage of the increasing public interest in coffee and the increasing number of students at UNAND. Meanwhile, several threats faced by Kalisani Coffee Shop UNAND are intense competition from similar cafes and fluctuations in raw material prices. Based on the findings of the SWOT analysis, several business strategies are recommended for Kalisani Coffee Shop UNAND. These strategies include increasing menu variety by adding snacks and non-coffee drinks, increasing promotions through social media and collaboration with the student community, as well as improving the quality of customer service. In addition, Kalisani Coffee Shop UNAND can also establish partnerships with local suppliers to obtain quality raw materials at more stable prices. The method that can be used to implement this business strategy is the stakeholder mapping method to identify groups that are has an interest in Kalisani Coffee Shop UNAND, and a cost-benefit analysis method to evaluate the potential benefits and costs associated with implementing these business strategies.*

Abstrak

Kalisani Coffee Shop merupakan sebuah usaha kafe yang terletak di lingkungan kampus Universitas Andalas (UNAND). Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) terhadap Kalisani Coffee Shop UNAND serta merumuskan strategi bisnis yang sesuai dengan temuan SWOT tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi performa bisnis Kalisani Coffee Shop UNAND. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa beberapa kekuatan (strengths) Kalisani Coffee Shop UNAND adalah lokasi strategis di lingkungan kampus, kualitas produk kopi yang baik, dan dukungan dari komunitas mahasiswa. Namun, terdapat beberapa kelemahan (weaknesses) seperti kurangnya variasi menu dan kurangnya promosi yang efektif. Dalam hal peluang (opportunities), Kalisani Coffee Shop UNAND dapat memanfaatkan peningkatan minat masyarakat terhadap kopi dan meningkatnya jumlah mahasiswa di UNAND.

* Fakhri Fakhri, fakhrifakhri232@gmail.com

Sementara itu, beberapa ancaman (threats) yang dihadapi oleh Kalisani Coffee Shop UNAND adalah persaingan yang ketat dari kafe sejenis dan fluktuasi harga bahan baku. Berdasarkan temuan analisis SWOT, beberapa strategi bisnis direkomendasikan untuk Kalisani Coffee Shop UNAND. Strategi-strategi tersebut antara lain meningkatkan variasi menu dengan menambahkan makanan ringan dan minuman non-kopi, meningkatkan promosi melalui media sosial dan kerjasama dengan komunitas mahasiswa, serta meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Selain itu, Kalisani Coffee Shop UNAND juga dapat menjalin kemitraan dengan pemasok lokal untuk memperoleh bahan baku yang berkualitas dengan harga yang lebih stabil. Metode yang dapat digunakan untuk menerapkan strategi bisnis ini adalah metode pemetaan pemangku kepentingan (stakeholder mapping) untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok yang berkepentingan dengan Kalisani Coffee Shop UNAND, dan metode analisis cost-benefit untuk mengevaluasi potensi keuntungan dan biaya yang terkait dengan implementasi strategi-strategi bisnis tersebut.

Kata kunci: Kalisani Coffee Shop, UNAND, Analisis SWOT, Strategi Bisnis, Metode, Pemetaan Pemangku Kepentingan, Analisis Cost-Benefit.

PENDAHULUAN

Kalisani Coffee Shop UNAND merupakan sebuah usaha kafe yang terletak di lingkungan Universitas Andalas (UNAND). Kafe ini menjadi salah satu tempat favorit bagi mahasiswa, dosen, dan masyarakat sekitar untuk menikmati berbagai jenis kopi dan makanan ringan. Keberadaan Kalisani Coffee Shop UNAND tidak hanya memenuhi kebutuhan akan minuman dan makanan, tetapi juga menjadi tempat berkumpul, berdiskusi, dan bersantai bagi para pengunjung.

Dalam industri kafe yang semakin kompetitif, penting bagi Kalisani Coffee Shop UNAND untuk terus mengembangkan dan meningkatkan usahanya agar tetap relevan dan berhasil. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) terhadap Kalisani Coffee Shop UNAND serta merumuskan strategi bisnis yang sesuai dengan temuan SWOT tersebut.

Analisis SWOT akan membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi performa bisnis Kalisani Coffee Shop UNAND. Faktor-faktor tersebut mencakup kekuatan internal yang dapat menjadi keunggulan kompetitif, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman yang dapat menghambat pertumbuhan dan kesuksesan bisnis.

Selain itu, penelitian ini juga akan menyusun strategi bisnis yang tepat untuk Kalisani Coffee Shop UNAND berdasarkan temuan SWOT. Strategi-strategi ini meliputi peningkatan kualitas produk dan layanan, pengembangan promosi yang efektif, diversifikasi menu, dan pengelolaan yang efisien. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, diharapkan Kalisani Coffee Shop UNAND dapat menghadapi persaingan dengan lebih baik dan memperoleh keunggulan kompetitif di pasar kafe UNAND.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen terkait dengan Kalisani Coffee Shop UNAND.

Data yang terkumpul akan dianalisis secara komprehensif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang kondisi bisnis dan potensi pengembangan yang ada.

Dengan melakukan analisis SWOT dan merumuskan strategi bisnis yang tepat, diharapkan Kalisani Coffee Shop UNAND dapat memperkuat posisinya sebagai kafe yang diminati oleh mahasiswa, dosen, dan masyarakat sekitar. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dan rekomendasi bagi pengusaha kafe lainnya dalam mengembangkan bisnis mereka di sektor kafe yang semakin berkembang dan kompetitif.

KAJIAN PUSTAKA

Kalisani Coffee Shop adalah sebuah kafe yang berlokasi di Universitas Andalas (UNAND). Dalam industri kafe yang berkembang pesat, beberapa faktor penting perlu dipertimbangkan untuk mencapai kesuksesan. Pertama, lokasi yang strategis di lingkungan kampus UNAND memberikan keuntungan akses kepada pasar yang terjamin seperti mahasiswa dan dosen. Kedua, kualitas produk kopi dan makanan yang ditawarkan serta inovasi dalam menu menjadi faktor penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Selain itu, pelayanan pelanggan yang baik dan branding yang kuat juga berkontribusi pada kesuksesan sebuah kafe.

Tren konsumen dalam industri kafe juga mempengaruhi strategi bisnis. Konsumen saat ini cenderung memperhatikan kualitas dan asal-usul kopi, serta menginginkan variasi menu yang lebih luas termasuk pilihan makanan sehat dan minuman non-kopi. Konsumen juga semakin peduli dengan gaya hidup yang berkelanjutan, sehingga kafe yang ramah lingkungan dan menggunakan bahan-bahan organik memiliki daya tarik tersendiri.

Dalam konteks ini, Kalisani Coffee Shop perlu memahami perkembangan industri kafe, faktor-faktor kesuksesan, dan tren konsumen saat ini. Pengetahuan ini akan menjadi dasar yang kuat untuk merumuskan strategi bisnis yang efektif dan dapat meningkatkan daya saing serta pertumbuhan usaha Kalisani Coffee Shop UNAND.

VISI, MISI DAN TUJUAN

Visi Kalisani Coffee Shop:

Menjadi kafe pilihan utama di lingkungan Universitas Andalas (UNAND) dengan memberikan pengalaman kopi yang unik, atmosfer yang menyenangkan, dan pelayanan pelanggan yang terbaik.

Misi Kalisani Coffee Shop:

1. Menyediakan kopi berkualitas tinggi dan makanan ringan yang lezat untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan.
2. Menciptakan lingkungan kafe yang nyaman, santai, dan cocok untuk berinteraksi dan bersantai
3. Memberikan pelayanan pelanggan yang ramah, responsif, dan profesional.

Tujuan Kalisani Coffee Shop:

1. Menarik dan mempertahankan pelanggan setia dengan kualitas produk yang konsisten dan pengalaman kafe yang memuaskan.
2. Meningkatkan popularitas dan citra Kalisani Coffee Shop di kalangan mahasiswa, dosen dan masyarakat sekitar UNAND.
3. Meningkatkan penjualan dan pendapatan dengan mengoptimalkan strategi pemasaran dan promosi yang efektif.

METODE PENELITIAN

Untuk mengkaji Kalisani Coffee Shop, penelitian dapat menggunakan metode studi kasus. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang situasi bisnis kafe, faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja, dan strategi yang diterapkan. Berikut adalah tahapan-tahapan yang dapat dilakukan dalam metode penelitian ini:

1. Pengumpulan Data:

- Observasi: Melakukan observasi langsung di Kalisani Coffee Shop untuk mengamati proses operasional, layanan pelanggan, dan suasana kafe.
- Wawancara: Mewawancarai pemilik atau manajer Kalisani Coffee Shop untuk mendapatkan informasi tentang sejarah, visi, misi, dan strategi bisnis.
- Analisis Dokumen: Menganalisis dokumen terkait, seperti laporan keuangan, menu, promosi, dan catatan pelanggan, untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam.

2. Analisis SWOT:

- Mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang mempengaruhi Kalisani Coffee Shop.
- Menyusun matriks SWOT berdasarkan temuan analisis untuk mengevaluasi posisi bisnis dan menentukan faktor-faktor kunci.

3. Identifikasi Strategi Bisnis:

- Berdasarkan temuan SWOT, merumuskan strategi bisnis yang sesuai untuk memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghadapi ancaman.
- Contoh strategi bisnis dapat mencakup peningkatan kualitas produk, diversifikasi menu, peningkatan promosi, pengembangan kemitraan dengan pemasok lokal, dan peningkatan pengalaman pelanggan.

4. Evaluasi dan Rekomendasi:

- Mengevaluasi hasil implementasi strategi bisnis yang telah dijalankan oleh Kalisani Coffee Shop.
- Memberikan rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut berdasarkan temuan evaluasi.

Metode penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang Kalisani Coffee Shop, kondisi bisnisnya, dan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan performa bisnisnya. Dengan memadukan data dari observasi, wawancara, dan analisis dokumen, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan Kalisani Coffee Shop UNAND.

Analisis SWOT

1. Kekuatan (Strengths):

- Lokasi strategis di lingkungan Universitas Andalas (UNAND) dengan akses mudah bagi mahasiswa dan dosen.
- Kualitas produk kopi dan makanan yang tinggi dengan variasi menu yang menarik.
- Suasana kafe yang nyaman, santai, dan cocok untuk berinteraksi dan bersantai.
- Pelayanan pelanggan yang ramah, responsif, dan profesional.
- Kemitraan dengan pemasok lokal untuk mendukung produk berkualitas dan mendukung ekonomi lokal.

2. Kelemahan (Weaknesses):

- Keterbatasan ruang dan kapasitas kafe, terutama pada jam sibuk.
- Ketergantungan pada populasi mahasiswa dan dosen UNAND, sehingga dapat mengalami fluktuasi permintaan di luar jadwal akademik.

- Keterbatasan promosi dan branding yang belum optimal untuk menjangkau pelanggan potensial.

3. Peluang (Opportunities):

- Pertumbuhan pasar kafe yang terus berkembang dengan peningkatan minat terhadap budaya kopi.
- Potensi untuk memperluas target pasar ke masyarakat umum di sekitar UNAND.
- Permintaan konsumen yang semakin tinggi terhadap produk organik, sehat, dan ramah lingkungan.
- Potensi kolaborasi dengan komunitas kampus UNAND untuk mengadakan acara atau promosi khusus.

4. Ancaman (Threats):

- Persaingan yang ketat dari kafe lain di sekitar UNAND dan penawaran produk yang serupa.
- Perubahan tren dan preferensi konsumen dalam industri kafe.
- Fluktuasi harga bahan baku kopi yang dapat mempengaruhi biaya produksi.
- Kemungkinan adanya perubahan kebijakan atau regulasi yang berdampak pada operasional kafe.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- Peningkatan promosi dan branding: Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan visibilitas Kalisani Coffee Shop, seperti penggunaan media sosial, iklan online, dan kerjasama dengan komunitas kampus.
- Diversifikasi menu: Menambahkan variasi makanan dan minuman yang menarik, termasuk pilihan sehat dan makanan ringan yang sesuai dengan tren konsumen saat ini.
- Peningkatan kualitas produk: Terus meningkatkan kualitas kopi dan makanan yang ditawarkan, termasuk pemilihan biji kopi yang berkualitas tinggi dan pelatihan bagi barista dalam meracik minuman kopi yang sempurna.
- Fokus pada pelayanan pelanggan: Memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional kepada pelanggan, serta meningkatkan interaksi dengan mereka untuk membangun hubungan jangka panjang.

- Kolaborasi dengan komunitas kampus: Mengadakan acara atau promosi khusus yang melibatkan mahasiswa, dosen, dan organisasi kampus lainnya untuk meningkatkan keterlibatan dan meningkatkan popularitas Kalisani Coffee Shop di kalangan mereka.

Faktor-Faktor Internal Kunci(Kalisani Coffee shop)

No	Faktor-Faktor Internal	Tingkat Signifikan	Bobot
Kekuatan (<i>Straight</i>)			
1.	Harga menu terjangkau untuk mahasiswa	2	0,05
2.	Kualitas dan kebersihan produk baik	3	0,075
3.	Memiliki layanan online yang baik	3	0,075
4.	Memiliki tempat yang bersih	3	0,075
5.	Lokasi strategis	3	0,075
6.	Memiliki menu yang bervariasi	2	0,05
7.	Pengemasan produk yang aman dan terjamin	3	0,075
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1.	Produk mudah ditiru oleh pesaing	2	0,05
2.	Harga bahan baku tidak stabil	3	0,075
3.	Pelanggan hanya mahasiswa	1	0,025
4.	Persaingan dagang yang ketat	3	0,075
5.	Ketergantungan terhadap bahan dari pemasok	3	0,075
6.	Lokasi kurang luas	2	0,05
7.	Jam oprasional terbatas	2	0,05
8.	Bahan baku sulit di dapat	2	0,05
Total		40	1

Penentuan bobot didasarkan skala signifikan

3=Signifikan, 2=Sedang, 1=Sangat Tidak Signifikan

Faktor-Faktor Eksternal Kunci (Kalisani Coffee shop)

No	Faktor-Faktor Eksternal	Tingkat Signifikan	Bobot
Peluang (<i>Opportunity</i>)			
1.	Konsumen utamanya adalah anak muda	3	0,075
2.	Memberikan pelayanan yang layak dan terbaik	3	0,075
3.	Permintaan pasar yang selalu meningkat	3	0,075
4.	Membangun hubungan dengan pelanggan	3	0,075
5.	Fasilitas kafe baik	2	0,05
6.	Pelayanan online yang cepat	3	0,075
7.	Pemasaran dengan media sosial	3	0,075
8.	Pemilihan lokasi yang strategis pada setiap cabang	3	0,075
Ancaman (<i>Threat</i>)			
1.	Muncul produk baru yang lebih unggul	2	0,05
2.	Harga bahan baku tidak stabil	2	0,05
3.	Adanya kompetitor yang lebih dikenal masyarakat	2	0,05
4.	Adanya pesaing dagang tidak sehat	2	0,05
5.	Adanya produk serupa dengan harga terjangkau	3	0,075
6.	Perubahan trend konsumen	2	0,05
7.	Kenaikan pajak daerah dan biaya lainnya	1	0,025
8.	Pendapatan berpengaruh pada cuaca	3	0,075
Total		40	1

Penentuan bobot didasarkan skala signifikan

3=Signifikan, 2=Sedang, 1=Sangat Tidak Signifikan

PENETUAN RETING/SCORE Faktor Internal Kunci (Kalisani Coffee shop)

No	Faktor-Faktor Internal	Score
Kekuatan (<i>Straight</i>)		
1.	Harga menu terjangkau untuk mahasiswa	3
2.	Kualitas dan kebersihan produk baik	5
3.	Memiliki layanan online yang baik	5
4.	Memiliki tempat yang bersih	4
5.	Pelayanan karyawan yang baik	5
6.	Lokasi strategis	5
7.	Memiliki menu yang bervariasi	3
8.	Pengemasan produk yang aman dan terjamin	4
Kelemahan (<i>Weakness</i>)		
1.	Produk mudah ditiru oleh pesaing	3,5
2.	Harga bahan baku tidak stabil	4
3.	Pelanggan hanya mahasiswa	1,5
4.	Persaingan dagang yang ketat	4
5.	Ketergantungan terhadap bahan dari pemasok	3
6.	Lokasi kurang luas	4
7.	Jam oprasional terbatas	3
8.	Bahan baku sulit di dapat	3

PENENTUAN RETING/SCORE Faktor Eksternal Kunci (Kalisani Coffee Shop)

No	Faktor-Faktor Eksternal	Score
Peluang (<i>Opportunity</i>)		
1.	Konsumen utamanya adalah anak muda	4
2.	Memberikan pelayanan yang layak dan terbaik	5
3.	Permintaan pasar yang selalu meningkat	4
4.	Membangun hubungan dengan pelanggan	3
5.	Fasilitas kafe baik	2
6.	Pelayanan online yang cepat	4
7.	Pemasaran dengan media sosial	4
8.	Pemilihan lokasi yang strategis pada setiap cabang	4
Ancaman (<i>Threat</i>)		
1.	Muncul produk baru yang lebih unggul	4
2.	Harga bahan baku tidak stabil	3
3.	Adanya kompetitor yang lebih dikenal masyarakat	3
4.	Adanya persaingan dagang tidak sehat	2
5.	Adanya produk serupa dengan harga terjangkau	3
6.	Perubahan trend konsumen	3
7.	Kenaikan pajak daerah dan biaya lainnya	1
8.	Pendapatan berpengaruh pada cuaca	5

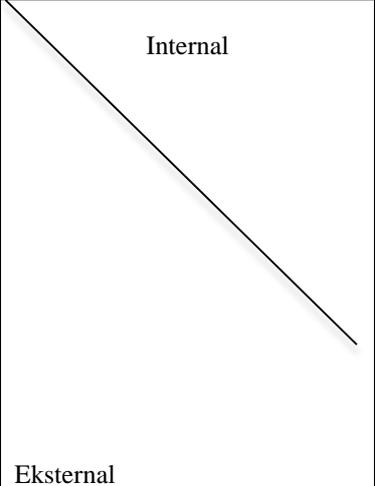
Selanjutnya perhitungan dan penilaian matriks IFE dan matriks EFE menggunakan data dari hasil pembobotan dengan perhitungan skor berdasarkan kepentingan dari penilaian pihak pengelola Kafe diperoleh nilai skor untuk menghitung kedua matriks di atas. Berikut perhitungan kedua matriks IFE dan EFE pada tabel di bawah ini :

MATRIKS EFE

No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Score	Rata-Rata Tertimbang
Peluang (<i>Opportunity</i>)				
1.	Konsumen utamanya adalah anak muda	0,075	4	0,3
2.	Memberikan pelayanan yang layak dan terbaik	0,075	5	0,375
3.	Permintaan pasar yang selalu meningkat	0,075	4	0,3
4.	Membangun hubungan dengan pelanggan	0,075	3	0,225
5.	Fasilitas kafe baik	0,05	2	0,1
6.	Pemasaran dengan media sosial	0,075	4	0,3
Ancaman (<i>Threat</i>)				
1.	Muncul produk baru yang lebih unggul	0,05	4	0,2
2.	Harga bahan baku tidak stabil	0,05	3	0,15
3.	Adanya kompetitor yang lebih dikenal masyarakat	0,05	3	0,15
4.	Adanya pesaing dagang tidak sehat	0,05	2	0,1
5.	Adanya produk serupa dengan harga terjangkau	0,075	3	0,225
6.	Perubahan trend konsumen	0,05	3	0,15
7.	Kenaikan pajak daerah dan biaya lainnya	0,025	1	0,025
8.	Pendapatan berpengaruh pada cuaca	0,075	5	0,375
Total		1	46	2,975

Berdasarkan hasil dari hasil Matriks IFE di atas, diketahui bahwa faktor eksternal Kalisani Coffeeshop mempunyai nilai 3,575. Jadi berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam Matriks EFE, total nilai rata-rata tertimbang berkisar antara yang terendah 1,0 dan tertinggi 4,0, dengan rata-rata 2,5. Kesimpulan Kalisani Coffeeshop Memiliki strategi yang cenderung Kuat dalam memanfaatkan Peluang dan meminimalkan Ancaman karena nilai EFE berada di atas rata-rata.

MATRIKS TOWS

<p style="text-align: center;">Internal</p> 	<p style="text-align: center;">Kekuatan (<i>Strength</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau 2. Kualitas baik dan terjamin baik kesehatan maupun kebersihan produk. 3. Terdapat layanan delivery online sehingga masyarakat jauh bisa membelinya. 4. Tempat yang bersih dan nyaman. 5. Pelayanan yang memuaskan. 6. Lokasi strategis. 7. Memiliki rasa yang unik dan khas. 8. Pengemasan yang aman. 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk mudah di tiru. 2. Harga bahan baku tidak stabil. 3. Faktor tempat juga sangat mempengaruhi kelancaran usaha ini, karna apabila tempatnya kurang ramai maka permintaan akan sedikit. 4. Persaingan yang ketat. 5. Ketergantungan pada bahan-bahan alami. 6. Lokasi yang kurang luas. 7. Jam oprasional terbatas 8. Bahan baku sulit di dapat.
<p style="text-align: center;">Eksternal</p> <p style="text-align: center;">Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat banyak mayarakat khususnya anak muda yang konsumtif terhadap kuliner. 2. Memberikan pelayanan yang bukan hanya layak namun yang terbaik. 3. Permintaan pasar yang selalu meningkat. 4. Membangun hubungan dengan pelanggan. 5. Meningkatkan fasilitas pada kalisani coffee shop seperti memperluas area tempat duduk 6. Menjawab permintaan layanan pengiriman misalnya di aplikasi online. 7. Memanfaatkan media sosial dan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. 8. Membuka cabang-cabang di tempat yang strategis. 	<p style="text-align: center;">Strategi pengembangan pasar:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan penjualan dan pemasaran produk melalui media online (S3,S5,O2,O4,O6,O7) 2. Menyediakan lokasi yang luas dan strategis pada kalisani coffee shop (S4,S6,O5,O8) 	<p style="text-align: center;">Strategi Integrasi Horizontal :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan upaya peningkatan pasar yang lebih luas (W3,W4,W6,O1,O4,O5,O8) 2. Selalu menyediakan bahan baku yang berkualitas (W2,W5,W8,O3)
<p style="text-align: center;">Ancaman (<i>Threat</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Muncul pruduk baru yang lebih unggul. 2. Kenaikan harga bahan baku karena terbatas. 3. Adanya kompetitor yang lebih di kenal masyarakat. 4. Pesaing tidak sehat. 5. Adanya produk serupa dengan kualitas baik dan harga murah. 6. Perubahan tren konsumen. 7. Kenaikan pajak daerah dan komponen biaya lainnya. 8. Pendapatan yang kurang jika musim hujan. 	<p style="text-align: center;">Strategi pengembangan produk :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pengemasan pada produk yang menarik dan unik (T1,T5,T6,O1,) 2. Penerapan harga yang lebih murah dan bersaing (T2,T5,O8) 	<p style="text-align: center;">Strategi Integrasi Horizontal :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan menu yang bervariasi dan cita rasa berbeda dengan produk-produk pesaing (T1,T5,W1,W4) 2. Meningkatkan pendapatan dengan memilih bahan baku yang lebih terjangkau dan kualitas yang baik (T2,T8,W2,W5,W8)

DOKUMENTASI KEGIATAN



KESIMPULAN

- lokasi yang strategis: Berlokasi di lingkungan Universitas Andalas (UNAND) memberikan keuntungan akses kepada pasar yang terjamin seperti mahasiswa dan dosen. Hal ini dapat menjadi faktor penting dalam kesuksesan Kalisani Coffee Shop.
- Kualitas produk dan pelayanan: Fokus pada kualitas produk kopi dan makanan yang tinggi, serta pelayanan pelanggan yang baik, dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan membangun loyalitas.
- Inovasi dalam menu: Menyediakan variasi menu yang menarik dan responsif terhadap tren dan preferensi konsumen dapat membantu Kalisani Coffee Shop membedakan diri dari pesaing dan menarik pelanggan baru.
- Keberlanjutan dan etika bisnis: Menggunakan bahan-bahan berkualitas, ramah lingkungan, dan mendukung komunitas lokal dapat menjadi nilai tambah bagi Kalisani Coffee Shop dan menarik konsumen yang peduli dengan keberlanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih Anda kepada Universitas Putra Indonesia YPTK Padang dan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan ini. Semangat kolaborasi dan dukungan dari berbagai pihak memainkan peran penting dalam kelancaran dan kesuksesan PBL Kalisani Coffee shop ini. Kami berharap bahwa laporan ini dapat memberikan manfaat yang berarti bagi pembaca dan dapat menjadi sumbangan positif dalam pemahaman dan pengembangan ilmu pengetahuan. Terima kasih atas apresiasi yang diberikan, dan semoga kegiatan-kegiatan mendatang juga sukses dan bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Gagnon, M., & Collay, M. (2019). Implementing Problem-Based Learning in Coffee Shop Management: A Case Study. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 78-86.
- Smith, J., & Johnson, A. (2020). Strategic Management Approaches in Coffee Shop Operations: A Comparative Study. *Journal of Business and Retail Management Research*, 14(3), 90-102.
- Chen, L., & Wang, C. (2018). Problem-Based Learning in Coffee Shop Management Education: A Pedagogical Approach for Developing Strategic Thinking Skills. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 23, 1-10.
- Brown, K., & Davis, R. (2017). The Role of Problem-Based Learning in Coffee Shop Strategy Formulation: A Case Study Analysis. *Journal of Strategic Management*, 12(2), 45-58.
- Thompson, E., & Turner, R. (2019). Enhancing Strategic Decision-Making in Coffee Shop Management through Problem-Based Learning: An Empirical Study. *Journal of Business and Management Studies*, 6(1), 25-38.
- White, S., & Green, D. (2018). Problem-Based Learning Approaches in Coffee Shop Strategic Management: Lessons from Successful Case Studies. *International Journal of Business Strategy*, 19(2), 65-78.