



# Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

## 5%



**Overall Similarity**

**Date:** Apr 29, 2023

**Matches:** 97 / 2153 words

**Sources:** 10

**Remarks:** Low similarity detected, check with your supervisor if changes are required.

**Verify Report:**

Scan this QR Code





serta keinginan konsumen yang terus meningkat akan kualitas produk, harga yang tidak mahal, kemudahan dalam pembelian produk, dan sebagainya. Menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan semestinya memiliki strategi yang handal agar dapat menang dalam persaingan. Pengembangan strategi bersaing bagi suatu perusahaan bertujuan untuk dapat melihat secara obyektif kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal untuk dapat memperoleh keunggulan bersaing dan memilih produk yang sesuai dengan keinginan <sup>2</sup> konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada (Freddy Rangkuti, 2006) Luhtu's Coffeeshop sebagai salah satu dari sekian banyak UKM yang bergerak di bidang bisnis makanan dan minuman banyak dikunjungi wisatawan baik lokal maupun wisatawan asing. Dengan letak yang sangat strategis, berlokasi di pantai Sindu Sanur Luhtu's Coffee Shop hadir untuk menyediakan kebutuhan makan dan minum bagi wisatawan yang berkunjung ke pantai Sindu Sanur. <sup>8</sup> Untuk tetap mempertahankan eksistensinya di bisnis coffee shop, Luhtu's coffee shop harus pandai-pandai mencari strategi bersaing. Dalam persaingan yang menjadi tantangan terbesar pada saat sekarang ini adalah banyak terdapat Coffee shop baik yang masih lokal maupun asing yang banyak bermunculan di sekitar pantai Sindu. Pesaing pesaing terdekat Luhtu's coffee shop seperti : Rosetta Coffee Shop, Maya's Coffee Shop, Rujak Bali Bu Rante, dan Warung Mama Putu. Dalam menghadapi

ISSN 1978-3787 (Cetak) Media Bina Ilmiah 592 ISSN 2615-3505 (Online)

.....  
Vol.12, No.11 Juni 2018 <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI> Open Journal Systems persaingan yang sangat ketat tersebut volume penjualan Luhtu's Coffee Shop tiap tiap hari sangat berfluktuasi. Manajemen menargetkan volume penjualan sebesar Rp 30 juta per hari, namun target yang diharapkan belum tercapai. Bahkan dalam enam bulan terakhir ini volume penjualan cenderung merosot turun sehingga penulis tertarik untuk meneliti alternatif strategi untuk meningkatkan daya saing Luhtu's Coffee Shop dalam

memasuki pasar persaingan. METODE <sup>9</sup> PENELITIAN Penelitian ini dilakukan di

Luhtu's Coffee Shop yang berlokasi di Pantai Sindu Sanur Denpasar. Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner dimana tiap pertanyaan diberi skor dan urutan nilai untuk berbagai faktor dari masing-masing variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Luhtu's Coffee Shop. Adapun teknik <sup>4</sup> pengumpulan data yang

dipergunakan dalam penelitian ini adalah : 1. Observasi langsung, yang dilakukan dengan mengamati secara langsung berbagai aktivitas yang terkait dengan kegiatan pemasaran di Luhtu's Coffee Shop. 2. Wawancara yaitu pengumpulan data dengan melakukan wawancara secara mendalam untuk memperoleh gambaran tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam lingkungan Luhtu's Coffee Shop. 3. Studi Kepustakaan, yaitu dengan membaca buku-buku literatur sebagai landasan teoritis dan pembahasan yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. 4. Kuesioner dan Focused Group Discussion ( Herdiansyah, 2010) dengan cara yaitu kuesioner dibagikan kepada nara sumber dalam hal ini Pemilik Coffee Shop Ibu Putu Sarini, Ibu Ketut Dwi Adnyawati selaku F&B manajer, dan Putu Venessa selaku manajer Pemasaran Luhtu's Coffee Shop. Analisis data Analisis data dilakukan dengan menggunakan beberapa alat analisis yaitu : (1) analisis kualitatif ; (2) matriks IFE dan EFE ; (3) matriks SWOT; (4) QSPM; dan (5) analisis statistik deskriptif sesuai dengan teori strategi menurut David (2004) dan Rangkuti (2006) HASIL DAN PEMBAHASAN Berdasarkan atas hasil

survey pendahuluan dan kuesioner dengan Focused Group Discussion, maka dapat diidentifikasi 27 variabel penelitian untuk Luhtu's Coffee Shop yang terdiri dari faktor internal ( 13 variabel), dan eksternal strategis( 14 variabel). Faktor internal sebagai kekuatan terdiri dari 7 (tujuh) variabel, sedangkan variabel kelemahan sebanyak 6 (enam) variabel. Untuk faktor eksternal sebagai peluang strategis dapat diidentifikasi sebanyak 7 (tujuh) variabel, sedangkan variabel ancaman sebanyak 7 (tujuh) variabel. Identifikasi Kondisi faktor Internal sebagai kekuatan dan kelemahan Luhtu's coffee shop Kekuatan 1. Rasa produk 2. Bahan baku terjamin 3. Kualitas produk 4. Variasi produk 5. Fasilitas memadai 6. Lokasi strategis 7. Suasana nyaman 8. Modal terjamin.

Kelemahan 1. Harga relatif mahal 2. Pembagian kerja belum jelas 3. Inovasi masih rendah  
4. Promosi masih monoton 5. Teknologi masih sederhana 6. Blm punya situs resmi  
Identifikasi faktor Eksternal sebagai peluang dan ancaman Luhtu”s coffee shop Peluang

ISSN 1978-3787 (Cetak) Media Bina Ilmiah 593 ISSN 2615-3505 (Online)

.....  
<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI> Vol.12, No.11 Juni 2018 Open Journal

Systems 1. Meningkatnya kunjungan wisatawan ke Bali 2. Gaya hidup masyarakat 3.

Pertumbuhan ekonomi 4. Kondisi politik yang kondusif 5. Perkembangan teknologi

informasi 6. Pertumbuhan penduduk yang tinggi 7. Kebijakan investasi Ancaman 1.

Kondisi Pariwisata 2. Krisis Ekonomi global 3. Loyalitas pelanggan 4. Pesaing merebut

pangsa pasar yang dikuasai 5. Ancaman produk substitusi 6. Kenaikan biaya produksi 7.

Persaingan yang sangat tinggi Verifikasi terhadap variabel internal dan eksternal

dilakukan melalui Focused Group Discussion {FGD}, selanjutnya ditentukan bobot dan

rating kemudian jumlah bobot dikalikan dengan rating sebagai dasar analisis data I-E

matrix. Matrix I-E merupakan nilai tertimbang yang diperoleh pada matrix EFE dan IFE,

yaitu 3,0165 dan 2,9901 dapat diketahui bahwa Luhtu”s Coffee Shop berada pada kuadran

II seperti gambar di bawah ini: Berdasarkan gambar di atas, Luhtu”s Coffee Shop

berada pada kwadran II. Menurut David {2006} posisi perusahaan pada kuadran II dapat

melaksanakan strategi kembangkan dan bangun {growth and build} dimana strategi ini

terdiri dari strategi intensif {penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan

produk} atau strategi integratif (integrasi ke depan, ke belakang dan horizontal}. Integrasi

ke depan dapat dilakukan dengan cara mempererat hubungan dengan pemasok, integrasi

ke belakang dapat dilakukan dengan mempererat hubungan dengan konsumen, dan

integrasi horizontal dapat dilakukan dengan cara meningkatkan pengawasan terhadap

para pesaing sehingga perusahaan dapat bertahan dan terus mengembangkan usaha di

tengah persaingan yang kompetitif. Analisis Matrix SWOT Berdasarkan matriks SWOT di

atas dapat dihasilkan 7 alternatif strategi yaitu : 1. Strategi 1 : Meningkatkan jumlah

produksi (SO) Luhtu"s Coffee Shop dapat melakukan strategi meningkatkan jumlah produksi dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada. kekuatan Luhtu"s Coffee Shop seperti: rasa, kualitas. variasi produk, bahan baku tersedia. lokasi strategis, fasilitas memadai serta tersedianya modal dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jumlah produksi agar dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin bertambah. Dengan terpenuhinya permintaan maka loyalitas konsumen akan dapat dijaga.

ISSN 1978-3787 (Cetak) Media Bina Ilmiah 594 ISSN 2615-3505 (Online)

.....

Vol.12, No.11 Juni 2018 <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI> Open Journal

Systems 2. Strategi 2 : Penggunaan teknologi yang lebih baik di bidang mesin kopi. (WO) Kelemahan pada Luhtu"s Coffee Shop yaitu teknologi yang masih sederhana dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang perkembangan teknologi. kelemahan Luhtu:s Coffee Shop adalah penggunaan teknologi masih sederhana untuk mesin kopi sehingga dengan adanya penggunaan teknologi yang lebih baik di bidang mesin kopi diharapkan akan dapat meningkatkan volume penjualan. 3. Strategi 3 : Melakukan inovasi penjualan (WO) Kelemahan Luhtu"s Coffee Shop adalah harga produknya relatif lebih tinggi dari pesaingnya, adanya keterbatasan dalam hal inovasi sedangkan peluang yang dimiliki adalah meningkatnya kunjungan wisatawan baik domestik maupun asing, gaya hidup masyarakat yang lebih menyukai makanan modern, laju pertumbuhan penduduk yang tinggi sehingga kelemahan tersebut dapat diatasi dengan melakukan inovasi penjualan produk dengan menyediakan paket-paket produk seperti misalnya paket makanan dan minuman, beli 3 gratis 1, dan lain-lain. 4. Membuat website /situs resmi (WO) Kelemahan Luhtu"s Coffee Shop adalah promosi kurang gencar dan masih monoton, serta belum memiliki situs resmi sedangkan peluang yang dimiliki yaitu perkembangan sistem informasi dan teknologi sehingga dengan strategi membuat situs resmi Luhtu"s Coffee Shop dapat mempromosikan usahanya sehingga semakin dikenal. Melalui website ini Luhtu"s Coffee

Shop juga dapat mempromosikan menu-menu yang dimiliki serta program atau acara-acara yang diselenggarakan seperti program live music, nonton bareng, dan lain-lain. 5. Inovasi kemasan produk (ST) Kekuatan yang dimiliki Luhtu's Coffee Shop adalah modal tersedia sedangkan ancaman yang dihadapi Luhtu's Coffee Shop yaitu ancaman produk substitusi, persaingan yang sangat tinggi sehingga untuk meningkatkan daya saing perusahaan dapat melakukan inovasi terhadap kemasan produknya. Selama ini kemasan produk untuk tempat minum memakai gelas sehingga inovasi kemasan bias dilakukan dengan mengganti dengan plastic yang bias dibawa pulang, demikian pula dengan kemasan kue yang dibungkus dengan plastik dapat dilakukan dengan kemasan yang lebih menarik berupa kotak, toples yang bentuknya unik sehingga lebih menarik dan bias dibawa pulang. 6. Mengadakan pembagian kerja (WT) Kelemahan Luhtu's Coffee Shop adalah belum ada pembagian kerja yang pasti sehingga karyawan melakukan kerja rangkap sehingga pada saat musim ramai sering terjadi kebingungan tugas mana yang harus dilakukan terlebih dahulu, Strategi mengadakan pembagian kerja yang jelas untuk mengatasi ancaman pesaing merebut pangsa pasar dan loyalitas pelanggan. 7. Melakukan inovasi produk (WT) Harga relatif tinggi serta keterbatasan inovasi merupakan kelemahan Luhtu's Coffee Shop, sedangkan ancaman yang dihadapi pesaing merebut pangsa pasar dan ancaman produk substitusi. Strategi yang dapat digunakan Luhtu's Coffee Shop untuk meningkatkan daya saing adalah melakukan inovasi produk. Inovasi produk yang dimaksud disini yaitu dengan melakukan eksperimen menciptakan cita rasa kopi dan juga jenis makanan lainnya seperti

ISSN 1978-3787 (Cetak) Media Bina Ilmiah 595 ISSN 2615-3505 (Online)

.....  
<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI> Vol.12, No.11 Juni 2018 Open Journal

Systems kue yang rasanya bervariasi seperti carrot cake, banana cake serta kue ulang tahun dengan tampilan yang menarik sehingga dapat merebut pangsa pasar coffee shop saingan. Dari strategi yang dihasilkan berdasarkan analisis SWOT maka tahap akhir

yang harus dilakukan adalah menetapkan strategi mana yang menjadi prioritas untuk dilaksanakan. Untuk hal tersebut alat analisis yang dipakai adalah **10 Quantitative Strategic**

**Planning Matrix {QSPM}**. Hasil analisis QSPM diperoleh prioritas strategi untuk

meningkatkan daya saing Luhtu's Coffee Shop yaitu : 1. Melakukan inovasi penjualan 2. Membuat website 3. Penggunaan mesin **5 kopi yang lebih modern**. 4. Melakukan inovasi kemasan produk 5. Mengadakan pembagian kerja. 6. Melakukan inovasi produk 7.

Meningkatkan jumlah produksi. 8. **PENUTUP** Kesimpulan Dari hasil analisis **7 yang**

**diperoleh maka dapat disimpulkan sebagai berikut** : 1. Faktor Lingkungan internal Luhtu's

Coffee Shop dapat diidentifikasi sebanyak 14 faktor yang terdiri dari 8 faktor kekuatan dan 6

faktor kelemahan 2. Faktor Lingkungan eksternal Luhtu's Coffee Shop dapat diidentifikasi

sebanyak 14 faktor yang terdiri dari 7 faktor peluang dan 7 faktor ancaman. Hasil matrix I-

E menempatkan Luhtu's Coffee Shop pada kuadran II yaitu growth and build. Strategi

yang dapat diterapkan adalah strategi intensif 3. Berdasarkan analisis SWOT dihasilkan 7

strategi untuk meningkatkan daya saing Luhtu's Coffee Shop yaitu : inovasi penjualan,

membuat website, pemakaian mesin **5 kopi yang lebih modern**, inovasi kemasan produk,

mengadakan pembagian kerja, melakukan inovasi produk dan meningkatkan jumlah

produksi. Berdasarkan matrix QSPM melakukan inovasi penjualan merupakan strategi

yang menduduki prioritas pertama yang bisa dilakukan karena TAS nya paling tinggi yaitu

6,7942. **Saran** Berdasarkan hasil **6 simpulan di atas, maka saran yang dapat**

**diberikan** yaitu : 1. Luhtu's Coffee Shop hendaknya mengkomunikasikan strategi yang

akan dilaksanakan kepada seluruh staff agar terjalin komunikasi yang efektif sehingga

kerjasama team bisa ditingkatkan. 2. Untuk lebih menggiatkan program promosi

hendaknya Luhtu's Coffee Shop menjadi sponsor untuk even-even di kampus, sekolah –

sekolah supaya lebih dikenal masyarakat. **DAFTAR PUSTAKA** [1] Alma, B. 1992.

Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta. [2] David, Fred R.

2006. Manajemen Strategis: Konsep, Edisi 10, buku 1 Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit

Salemba. [3] Herdiansyah, Harris, 2010. Metodologi penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu

Sosial. Jakarta: Salemba Humanika [4] Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2007.

Manajemen Pemasaran: Edisi 12 Indonesia: PT Indeks. [5] Kotler, Philip & A.B. Susanto. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesi: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat. [6] Rangkuti, Freddy. 2006. **3 Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.** Jakarta: **PT Gramedia Pustaka Utama.**

ISSN 1978-3787 (Cetak) Media Bina Ilmiah 596 ISSN 2615-3505 (Online)

.....  
Vol.12, No.11 Juni 2018 <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI> Open Journal

Systems HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

## Sources

- 1 [https://media.neliti.com/media/publications/2804-ID-analisis-strategi-diferensiasi-produk-diferensiasi-layanan-dan-diferensiasi-citr.pdf#:~:text=Kotler dan Susanto \(2001\) menyatakan juga bahwa perusahaan,diferensiasi pelayanan, dan diferensiasi citra yang dimiliki perusahaan.](https://media.neliti.com/media/publications/2804-ID-analisis-strategi-diferensiasi-produk-diferensiasi-layanan-dan-diferensiasi-citr.pdf#:~:text=Kotler dan Susanto (2001) menyatakan juga bahwa perusahaan,diferensiasi pelayanan, dan diferensiasi citra yang dimiliki perusahaan.)  
INTERNET  
1%

---

- 2 [http://eprints.undip.ac.id/61731/2/BAB\\_I.pdf](http://eprints.undip.ac.id/61731/2/BAB_I.pdf)  
INTERNET  
1%

---

- 3 [https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/23140/06\\_daftar\\_pustaka.pdf?sequence=12](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/23140/06_daftar_pustaka.pdf?sequence=12)  
INTERNET  
<1%

---

- 4 [http://repository.upi.edu/83887/4/S\\_PLS\\_033258\\_Chapter3.pdf](http://repository.upi.edu/83887/4/S_PLS_033258_Chapter3.pdf)  
INTERNET  
<1%

---

- 5 <https://www.unila.ac.id/dosen-unila-buat-mesin-pengolahan-kopi-modern/>  
INTERNET  
<1%

---

- 6 [http://repository.syekh Nurjati.ac.id/5507/4/BAB\\_V.pdf](http://repository.syekh Nurjati.ac.id/5507/4/BAB_V.pdf)  
INTERNET  
<1%

---

- 7 <https://123dok.com/document/zpxpmnvq-penutup-kesimpulan-berdasarkan-analisis-penelitian-pembahasan-diperoleh-disimpulkan.html>  
INTERNET  
<1%

---

- 8 <https://ejournal.its.ac.id/index.php/teknik/article/download/2049/627>  
INTERNET  
<1%

---

- 9 [http://repository.upi.edu/26649/6/S\\_PSI\\_1105098\\_Chapter3.pdf](http://repository.upi.edu/26649/6/S_PSI_1105098_Chapter3.pdf)  
INTERNET  
<1%

---

- 10 <https://journal.unpar.ac.id/index.php/jrsi/article/view/2995/2590>  
INTERNET  
<1%

EXCLUDE CUSTOM MATCHES ON

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF