

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir, kompleksitas, daya saing, perubahan, dan ketidakpastian telah menjadi aspek utama dalam pertumbuhan bisnis di Indonesia. Situasi ini memaksa para pelaku bisnis untuk memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi mereka, sehingga mereka mengetahui strategi bisnis seperti apa dan bagaimana strategi tersebut harus diimplementasikan dalam bisnis (Arina Usman 2012). Hal ini dikarenakan keadaan ini menimbulkan persaingan yang ketat antar bisnis karena semakin banyaknya pesaing, volume produk yang dihasilkan, dan perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Keadaan dunia saat ini semakin maju dan berkembang dengan cepat di segala bidang bisnis, dan semakin banyak bisnis-baik bisnis besar maupun kecil-yang didirikan, sehingga menimbulkan persaingan di antara para pemain dalam industri dan kemampuan untuk menyelesaikan masalah yang mungkin timbul di dalam bisnis tersebut, baik secara internal maupun eksternal (Rijal, 2018). Sebagai dampak dari penerapan sistem ekonomi pasar terbuka, fenomena persaingan usaha yang semakin memunculkan mekanisme pasar memaksa para pelaku usaha untuk memanfaatkan dan mengoptimalkan seluruh potensi dan peluang yang ada melalui berbagai strategi di tingkat korporat, bisnis, dan fungsional.

Melakukan atau menggunakan analisis lingkungan atau analisis SWOT adalah salah satu cara untuk merampingkan dan memanfaatkan faktor-faktor lingkungan tersebut. Analisis SWOT adalah teknik untuk menilai sebuah perusahaan untuk menentukan strategi bisnis apa yang akan digunakan ke depan untuk mengungguli persaingan. Analisis SWOT ini akan memberikan sejumlah alternatif pengambilan keputusan yang pada akhirnya harus dipilih salah satu.

Evaluasi terhadap kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, serta peluang dan ancaman eksternalnya, dilakukan dengan menggunakan teknik SWOT dalam perencanaan strategis (Budiman, 2017). Analisis SWOT dihasilkan dari persaingan dari bisnis lain yang membuat barang dan jasa yang sebanding dengan produk perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Agar dapat berhasil di pasar yang dituju atau setidaknya bertahan, perusahaan harus mengembangkan strategi yang tepat.

Ketika digunakan dalam sebuah bisnis, analisis SWOT bertujuan untuk memberikan arahan agar perusahaan dapat lebih terarah. Analisis ini kemudian dapat digunakan untuk membandingkan ide-ide dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan saat ini serta potensi peluang dan ancaman di masa depan. Kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan dan menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk memanfaatkan peluang (Opportunity), mengatasi ancaman (Threat) yang ada dalam bisnisnya, dan menilai lingkungan internal merupakan tolak ukur keberhasilan perusahaan (Andika, 2020). Perusahaan harus mengambil keputusan

yang tepat dan melakukan aktivitas yang mengarah pada pencapaian tujuan tersebut.

Setiap pelaku bisnis tidak dapat memungkiri adanya persaingan, dan salah satu hal yang harus dilakukan adalah menghadapi persaingan dengan cara yang bijak. Persaingan memberikan keuntungan bagi dunia bisnis yang lebih kompetitif dan keadaan pasar yang lebih dinamis. Menurut Sapitri (2021), kemampuan bisnis, industri, wilayah, negara, atau bahkan lintas wilayah untuk menyediakan faktor kerja yang jauh lebih tinggi dan berkelanjutan merupakan hal yang membuat mereka sukses dalam menghadapi persaingan global. Menurut Porter dan Putri (2012), daya saing adalah kapasitas bisnis spesifik industri perusahaan untuk mengelola banyak konteks yang dihadapinya.

Strategi bisnis atau persaingan didasarkan pada dua elemen kunci. Yang pertama adalah daya tarik industri terhadap potensi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan jangka panjang dan berbagai aspek yang terkait dengannya. Salah satu faktor kunci untuk mengetahui apakah sebuah perusahaan dapat menghasilkan uang di dalamnya adalah bahwa tidak semua perusahaan memberikan prospek seperti itu. Aspek kedua adalah posisi kompetitif. Sebuah perusahaan dapat mempengaruhi posisi kompetitif dan daya tarik, yang membuat pemilihan strategi kompetitif menjadi sulit namun menarik (Lely, 2013).

Dalam islam semua kegiatan manusia termasuk dalam melakukan usaha atau bisnis ada batasan yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan. Hal ini tertera pada satu firman allah:

...الرِّبَا وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ

Artinya: "... dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (Q.S. Al-Baqarah [2]:275).

Ayat di atas dengan tegas memberikan seruan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah, baik dalam bentuk jual beli barang maupun jual beli dibidang jasa tetapi Allah mengharamkan riba karena didalam riba tidak ada penyeimbangan langsung, kecuali kesempatan pemanfaatan uang. Namun, Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya dalam melaksanakan bisnis tersebut, yakni Al-Qur'an dan sunnah Nabi. Sebagai sumber ajaran islam, setidaknya dapat menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dalam waktu. Seperti yang terlihat dalam beberapa ayat Al-Qur'an misalnya, firman Allah Q.S. Al-Jumu'ah [62]:10, dan Q.S. Al-Qhashash [28]: 77.

مَنْ وَابْتَعُوا الْأَرْضَ فِي فَاَنْتَشِرُوا الصَّلَاةُ قُضِيَتْ فَاِذَا
فَلِحُونَ لَعَلَّكُمْ كَثِيْرًا اللهُ وَادْكُرُوا اللهُ فَضْلِ

Artinya: " Apabila telah dilaksanakan shalat, maka bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung." (Q.S. Al-Jumu'ah [62]:10).

مِنْ نَصِيْبِكَ تَنْسَ وَلَا الْآخِرَةَ الدَّارَ اللهُ اَتْنِكَ فِيمَا وَابْتَع
فِي الْفَسَادَ تَبَعْ وَلَا اِلَيْكَ اللهُ اَحْسَنَ كَمَا وَاحْسِنِ الدُّنْيَا
الْمُفْسِدِيْنَ يُحِبُّ لَا اللهُ ۗ اِنَّ الْاَرْضَ

Artinya: “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagiamu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (Q.S. Al-Qhashash [28]: 77).

Kedua ayat tersebut mengisyaratkan bahwa manusia diperintahkan untuk melakukan kegiatan usaha dan bisnis untuk mencapai tujuan. Namun, bukan semata-mata materi atau kekayaan sebagai tujuan utama, melainkan keseimbangan antara materi dan rohani. Bisnis atau kegiatan ekonomi merupakan kegiatan yang tidak lepas dari aktivitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan demi mendapatkan profit (Wahdi & Dewi, 2020). Sedangkan bisnis dalam islam merupakan praktek bisnis yang dalam pelaksanaan operasional kegiatannya tidak boleh semata-mata mencari laba maksimal, dengan arti bahwa keuntungan yang diperoleh harus proporsional dengan tidak memberikan kerugian kepada orang lain.

Kedai kopi adalah sebuah lokasi yang menjual kopi sebagai produk utamanya dan juga menyajikan makanan dan minuman panas. Kafe dan warung kopi adalah nama lain dari kedai kopi. Banyak orang yang sangat suka meminum kopi baik tua maupun muda. Kedai kopi juga tempat yang biasa digunakan untuk bertemu dengan teman, mengobrol, atau mengerjakan pekerjaan rumah. Ada banyak pemilik bisnis kedai kopi yang dapat membuat pelanggan mereka senang.

Karena sulitnya menerapkan rencana bisnis yang efektif, operator kedai kopi juga harus menggunakan beberapa teknik pemasaran untuk menarik pelanggan. Perusahaan tidak dapat berkembang dan bersaing jika pemiliknya tidak memiliki rencana pemasaran yang baik.

Berdasarkan strategi pemasaran yang digunakan oleh Kedai Kopi Trotoar, masih terdapat beberapa kekurangan, salah satunya adalah produk, karena pilihan menu yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Trotoar masih sama dengan beberapa kedai kopi sejenis. Perkembangan kedai kopi saat ini berkembang dengan cepat, dan hal ini jelas menjadi ancaman bagi Kedai Kopi Trotoar. Meskipun Kedai Kopi Trotoar terletak di pusat kota Kendari, sebuah lokasi yang sangat strategis, namun Kedai Kopi Trotoar tidak terlalu besar dan hanya menyediakan beberapa meja saja. Namun, Kedai Kopi Trotoar menawarkan berbagai pilihan menu dengan harga yang cukup terjangkau mulai dari 5.000 hingga 20.000.

Salah satu perusahaan yang menjalankan bisnis Kedai Kopi Trotoar bertempat Di Jl Abunawas, Kel. Korumba, Kec. Mandonga, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara, Anda dapat menemukan Kedai Kopi Trotoar ini. Kedai Kopi Trotoar mulai dibuka pada tahun 2018. Remaja, orang tua, dan komunitas menjadi target utama Kedai Kopi Trotoar. Kedai Kopi Trotoar memiliki kemampuan untuk bersaing dengan kedai kopi lain dan menarik pelanggan.

Menurut temuan studi Andika (2020), PT AL-Mucthar diposisikan di kuadran I, yang memungkinkannya untuk menggunakan pendekatan agresif sebagai bagian dari rencana pertumbuhan bisnisnya

dengan menggunakan komponen-komponen dari matriks Kekuatan-Peluang (S-O).

Menurut temuan penelitian mereka, Afsari dan Rachmawati (2019), penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif analisis SWOT dapat memberikan nilai matriks sebesar 2,97 untuk komponen internal dan 2,83 untuk elemen eksternal. Perusahaan kafe ini beroperasi pada sel nomor lima (pertumbuhan), yaitu lingkungan ketika perusahaan menikmati pertumbuhan dalam penjualan, aset laba, atau kombinasi ketiganya. Berdasarkan hasil temuan diagram cartesius, Bisnis King Cafe berada pada kuadran I (satu), yang mengindikasikan pendekatan yang agresif.

PT Pos Indonesia KPRK Kota Makassar belum sepenuhnya memanfaatkan peluang yang ada saat ini, sesuai dengan temuan penelitian Wurarah (2021). Akibatnya, KPRK Makassar harus menerapkan strategi yang cocok untuk digunakan dalam mengoptimalkan daya saing dengan manajemen yang baik dengan mengevaluasi dan melakukan manajemen strategis agar dapat meningkatkan profitabilitasnya.

Penulis akan melakukan penelitian dengan judul "Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing pada Kedai Kopi Trotoar Di MTQ Kota Kendari" untuk melihat lebih dekat analisis SWOT pada warung kopi tersebut.

1.2. Fokus Penelitian

Meskipun sifatnya dapat berubah tergantung pada situasi penelitian, penekanan studi ini merupakan langkah penting dalam penelitian kualitatif. Masalah utama yang muncul dari pengalaman penelitian atau dari informasi yang diperoleh melalui penilaian ilmiah dan lainnya pada dasarnya adalah subjek penelitian. Satu-satunya studi ilmiah yang menjadi fokus penelitian ini adalah studi yang menunjukkan bagaimana menggunakan analisis SWOT untuk membuat Kedai Kopi Trotoar menjadi lebih kompetitif.

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini, yang didasarkan pada latar belakang masalah diatas adalah Bagaimana penerapan analisis SWOT dapat meningkatkan daya saing pada Kedai Kopi Trotoar?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana penerapan Analisis SWOT dapat meningkatkan daya saing di Kedai Kopi Trotoar berdasarkan rumusan tantangan yang telah disebutkan di atas.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Secara Teoritis

- a. Untuk melakukan perbandingan antara fakta yang ditemukan di lapangan dengan teori yang dipelajari dari bangku perkuliahan.
- b. Dalam ranah penelitian terkait, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi.

1.5.2. Secara Praktis

- a. Sebagai bahan edukasi bagi lingkungan sekitar tentang bagaimana Warung Kopi Trotoar menggunakan analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing.
- b. Sebagai sumber informasi dan literatur sekaligus untuk penelitian lebih lanjut mengenai topik yang dibahas.
- c. Dengan adanya hasil penelitian ini, pembaca khususnya penulis sendiri dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam.

1.6. Definisi Operasional

1.6.1. Analisis SWOT merupakan kerangka kerja yang sering digunakan di Kedai Kopi Trotoar untuk membuat rencana strategis. untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan pada Kedai Kopi Trotoar.

1.6.2. Daya saing merupakan kapasitas Kedai Kopi Trotoar untuk menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang

relatif lebih tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan bisnis.

- 1.6.3.** Kedai kopi pada dasarnya adalah tempat yang menyediakan kopi atau minuman panas lainnya. Kafetaria berbeda dengan kedai kopi di trotoar Kendari, yang beroperasi mirip dengan lokasi seperti bar dan restoran.

1.7. Sistematika Pembahasan

Tahapan-tahapan berikut ini memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai bagaimana tugas akhir ini disusun.

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika Pembahasan.

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

Bab ini mencakup tentang penelitian terdahulu yang menguraikan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang akan diteliti. Bab ini juga mencakup terkait dengan landasan teori dimana penulis akan membahas teori-teori yang berkenaan dengan penelitian ini.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat secara rinci jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, data dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik pemeriksaan keabsahan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti selama berbulan-bulan dan berisi juga tentang pembahasan yang membahas tentang permasalahan yang telah diteliti oleh peneliti.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah dikaji pada bab-bab sebelumnya dan saran-saran agar penerapan kajian kedepan lebih efektif dari sebelumnya.

