

**TINJAUAN TENTANG PENERAPAN ANALISIS SWOT
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA KING CAFE)**

Ayu Afsari¹

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
ayuafsari48@gmail.com

Eva Rachmawati²

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
evarachmawati44@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the marketing strategy at King cafe. This research was tested using SWOT analysis by identifying various internal factors (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats). A good business strategy is needed to deal with increasingly complex and competitive business competition. The method used in this study is a qualitative method. Data collection techniques in research carried out by interview then analyzed by SWOT. The type of data consists of primary and secondary data. The results of the research from the descriptive methodology of SWOT analysis can be obtained by the matrix value of 2.97 internal factors and the value of the matrix of 2.83 external factors. The cafe business that is being run is in cell number five (growth), which is a situation where the organization experiences a period of growth, both in sales, asset profit, or a combination of the three. From the results of the Cartesian diagram, that the King Cafe Business is in quadrant I (one), which is an aggressive strategy.

Keywords: SWOT Analysis, Strategy, and Competitiveness

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pada King cafe. Penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis SWOT dengan mengidentifikasi berbagai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Diperlukan strategi usaha yang baik guna menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan wawancara kemudian dianalisis dengan SWOT. Jenis data terdiri dari data primer dan skunder. Hasil penelitian dari metodologi deskriptif analisis SWOT dapat diperoleh nilai matriks dari faktor internal 2,97 dan nilai matrik dari faktor eksternal 2,83. Usaha cafe yang sedang dijalankan berada di sel nomor lima (growth), yaitu suatu keadaan dimana organisasi mengalami suatu masa pertumbuhan, baik dalam penjualan, asset profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Dari hasil diagram cartesius, bahwa Usaha King Cafe berada pada kuadran I (satu) yaitu strategi agresif.

Kata kunci: Analisis SWOT, Strategi, dan Daya Saing



PENDAHULUAN

Pada perkembangan dunia di era revolusi industri saat ini semakin pesat dan ketat dalam hal persaingan bisnis, sehingga perusahaan dituntut untuk melakukan persaingan guna membuat dan menguasai pangsa pasar dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Dunia bisnis diibaratkan seperti medan pertempuran, memasuki dunia bisnis berarti terjun kedalam medan perang, sehingga kemenangan perang dalam dunia bisnis adalah keberhasilan meraih pangsa pasar. Saat ini bisnis cafe sudah banyak ditemui di berbagai daerah, oleh karena itu dalam menghadapi situasi persaingan yang semakin ketat dan kondisi sosial yang terus berubah, hal ini menuntut setiap pemilik usaha cafe selalu tanggap dalam menghadapi persaingan. Mereka bersaing untuk menjadi yang terbaik, mereka berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar selalu mendapat kepercayaan dari konsumen, menghasilkan produk yang sesuai selera konsumen dengan kualitas yang terbaik.

Cafe yang berlokasi di Garut dengan nama King Cafe adalah suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang bertema sepak bola dengan nuansa cafe yang berbeda dari cafe-cafe lainnya. Ini dikarenakan banyak sekali konsumen yang menyukai olahraga terutama pada cabang sepak bola, dari mulai anak kecil sampai orang dewasa. Hal inilah yang menjadi kekuatan bagi King Cafe untuk memulai usahanya. Pemilik mempunyai harapan yang tinggi agar konsumen yang menikmati produk dan juga jasanya tidak semakin menurun, tetapi mengalami pertambahan dalam penjualannya sehingga dapat meningkatkan laba usahanya. Hal ini juga menjadi permasalahan yang sedang di alami King Cafe, dimana tidak semua pangsa pasarnya tertarik dengan cafe tersebut, dikarenakan kurang kreatifnya dalam menawarkan menu makanan, juga kurangnya inovasi dalam menciptakan produk baru untuk membuat konsumen tertarik akan produknya.

Usaha yang bergerak di bidang cafe khususnya yang menyediakan makanan dan minuman berkembang sangat pesat di Kota Garut. Hal ini dapat di tinjau dari jumlah cafe-cafe yang terus bertambah, baik dalam skala kecil maupun besar. Bahkan lokasi sangat berdekatan antara cafe satu dengan cafe lainnya. Akibatnya terjadi persaingan usaha yang cukup ketat, karena konsumen mempunyai pilihan yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan dalam penyediaan dan pelayanannya. Dengan adanya situasi dan kondisi persaingan yang semakin ketat antara cafe, pemilik dan pengelola usaha tidak hanya harus mampu menjual produk dan jasanya, tetapi juga harus mempunyai kemampuan untuk memasarkan usahanya, sehingga jumlah konsumennya tidak menurun tetapi semakin meningkat. Atas kondisi tersebut disini pengelola cafe dituntut harus mampu memanfaatkan kondisi lingkungan tersebut dalam perkembangan usahanya.

Salah satu bentuk untuk mempermudah dan memanfaatkan kondisi lingkungan tersebut adalah dengan melakukan atau menggunakan penerapan suatu analisis lingkungan atau analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode untuk mengevaluasi suatu bisnis usaha untuk mencari strategi usaha apa yang akan dilakukan untuk kedepannya dalam memenangkan persaingan. Analisis SWOT ini nantinya akan menghasilkan beberapa alternatif strategi untuk pengambilan keputusan yang nantinya kita harus memilih alternatif strategi mana yang akan dijalankan.

LITERATUR

Menurut Eddy Yunus (2013;83) Analisis SWOT merupakan kajian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) internal perusahaan dengan peluang (opportunities) dan ancaman (threats) lingkungan yang dihadapi perusahaan

Irham Fahmi(2015;252) mengatakan Analisis SWOT juga merupakan sarana bantu bagi perencana strategi guna memformulasikan dan mengimplementasi strategi-strategi

untuk mencapai tujuan. Definisi analisis SWOT yang lainnya juga adalah singkatan dari strength weakness opportunities dan threats dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.

a. Strength (S), yaitu analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang perlu dilakukan di dalam analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan di bandingkan dengan para pesaingnya. Dalam penyusunan strategi menggunakan analisis SWOT, tentu ada faktor yang mempengaruhi komponen analisis SWOT. Faktor tersebut dapat berasal dari dalam (faktor internal) dan berasal dari luar (faktor eksternal)

a. Faktor internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan dimana terdapat dua komponen yaitu kekuatan dan kelemahan. Kedua komponen tersebut berdampak pada lebih baiknya suatu penelitian jika kekuatan lebih besar dari pada kelemahan. Sehingga, jika kekuatan internal perusahaan ini menjadi lebih maksimum maka akan memberikan hasil penelitian yang jauh lebih baik. Berikut ini faktor internal yang mempengaruhi analisis SWOT, diantaranya yaitu :

1. Struktur perusahaan.
2. Budaya perusahaan.
3. Sumber daya perusahaan.
4. Marketing, R & D.
5. Manufacturing.
6. Service Human Resource Management.
7. Manajemen Informasi System

b. Faktor Eksternal

Dalam faktor eksternal, apa yang diteliti tidak secara langsung terlibat. Faktor eksternal terbagi dua yaitu ancaman dan peluang. Adanya kedua komponen tersebut maka akan memberikan data yang perlu dimasukkan dalam jurnal penelitian sehingga akan menghasilkan strategi untuk menghadapinya.

Faktor eksternal yang mempengaruhi analisis SWOT, diantaranya yaitu :

1. Tren
2. Sosial ekonomi dan budaya
3. Sumber permodalan
4. Peraturan pemerintah
5. Perkembangan teknologi
6. Lingkungan

Menurut Kotler & Armstrong dalam buku Danang Sunyoto(2015;2) strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, didalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk dipasar, bauran pemasaran, dan tingkatan biaya pemasaran yang diperlukan

Daya saing berhubungan dengan bagaimana efektivitas suatu organisasi dipasar persaingan, dibandingkan dengan organisasi lainnya yang menawarkan produk atau jasa-

jasa yang sama atau sejenis. Perusahaan-perusahaan yang mampu menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas baik adalah perusahaan yang efektif dalam asaarti akan mampu bersaing.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing

1. Lokasi

Memperhatikan lokasi usaha sangat penting untuk kemudahan pembeli dan menjadi faktor utama bagi kelangsungan usaha. Letak atau lokasi akan menjadi sangat penting untuk memenuhi kemudahan pelanggan dalam berkunjung, konsumen tentu akan mencari jarak tempuh terpendek. Walau tidak menutup kemungkinan konsumen dari jarak jauh juga akan membeli, tapi persentasenya kecil.

2. Harga

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang. Demi mendapatkan sebuah barang atau jasa yang diinginkannya seorang konsumen harus rela membayar sejumlah uang. Bagi pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sebuah kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tertinggi.

3. Pelayanan

Program pelayanan/service seringkali menjadi pokok pemikiran pertama seorang pengelola supermarket/minimarket. Pelayanan melalui produk yang bermutu. Pelayanan melalui kemampuan fisik lebih mengacu kepada kenyamanan peralatan (trolley atau keranjang belanja). Tempat parkir yang nyaman, penerangan ruangan yang baik, juga keramahan dari karyawan.

4. Mutu atau Kualitas

Keyakinan untuk memenangkan persaingan pasar akan ditentukan oleh kualitas produk yang dihasilkan perusahaan.

5. Promosi

Semakin sering suatu supermarket/swalayan melakukan promosi, semakin banyak pengunjung dalam memenuhi kebutuhannya. Promosi bisa dilakukan melalui berbagai iklan, baik dimediacetak, elektronik maupun media lainnya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara kerja untuk dapat memahami suatu objek penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan laporan ini adalah observasi. Observasi merupakan cara memperoleh data melalui pengamatan langsung ke lapangan. Sedangkan wawancara merupakan data yang diperoleh dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang bersangkutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Matrik IFAS

Pembobotan terhadap masing-masing faktor, mulai dari 1,00 (sangat penting) sampai dengan 0,00 (tidak penting). Skor jumlah bobot untuk keseluruhan faktor adalah 1,00. Penentuan rating untuk masing-masing faktor berdasarkan pengaruhnya terhadap permasalahan. Nilai rating mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor). Pemberian nilai rating untuk kekuatan bersifat positif (semakin besar kekuatan semakin besar pula nilai

rating yang diberikan), sedangkan untuk kelemahan dilakukan sebaliknya. Selanjutnya dilakukan perkalian bobot dengan rating, untuk menentukan skor terbobot untuk masing-masing faktor. Jumlah dari skor terbobot menentukan kondisi internal sistem. Jika nilai total skor terbobot $\geq 2,5$ berarti kondisi internal sistem memiliki kekuatan untuk mengatasi situasi.

Langkah selanjutnya yaitu dengan menggunakan kuesioner pembobotan faktor internal dan eksternal untuk menentukan bobot Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha pada King Cafe. Berikut ini adalah hasil dari pembobotan internal dan eksternal pada King Cafe:

Tabel 1 Matrik IFAS King Cafe

No	Indikator Variabel	Bobot	Rating	Skor
Perspektif Kekuatan				
1	Lahan parkir yang luas	0,09	4	0,36
2	Fasilitas yang memadai	0,10	3	0,3
3	Harga yang relatif murah	0,09	4	0,36
4	Brand Image	0,06	3	0,18
5	Kelezatan dan Cita Rasa	0,08	3	0,24
6	Keramahan dan Sopan Santun	0,10	3	0,30
7	Kebersihan dan Kenyaman	0,18	3,5	0,63
Sub total Kekuatan				2,37
Perspektif Kelemahan				
1	Wilayah yang terletak didaerah	0,06	2	0,12
2	Jam buka cafe	0,09	2	0,18
3	Makanan yang belum bervariasi	0,15	2	0,3
Sub total Kelemahan				0,6
Jumlah		1,00		2,97
Perspektif Kekuatan				
1	Lahan parkir yang luas	0,09	4	0,36
2	Fasilitas yang memadai	0,10	3	0,3
3	Harga yang relatif murah	0,09	4	0,36
4	Brand Image	0,06	3	0,18
5	Kelezatan dan Cita Rasa	0,08	3	0,24
6	Keramahan dan Sopan Santun	0,10	3	0,30
7	Kebersihan dan Kenyaman	0,18	3,5	0,63
Sub total Kekuatan				2,37
Perspektif Kelemahan				
1	Wilayah yang terletak didaerah	0,06	2	0,12
2	Jam buka cafe	0,09	2	0,18
3	Makanan yang belum bervariasi	0,15	2	0,3
Sub total Kelemahan				0,6
Jumlah		1,00		2,97

Sumber : Data olahan peneliti

Berdasarkan data di atas bahwa nilai kekuatan (*Strenght*) adalah nilai tertinggi untuk matriks IFAS dengan jumlah 2,37 dibandingkan dengan faktor kelemahan (*Weakness*) adalah 0,6 maka nilai yang dapat dijadikan dasar kebijakan adalah nilai kekuatan (*Strenght*).

Matrik EFAS

Pembobotan terhadap masing-masing faktor berkaitan dengan pengaruhnya terhadap faktor strategis, mulai dari 1,00 (sangat penting) sampai dengan 0,00 (tidak penting). Skor jumlah bobot untuk keseluruhan faktor adalah 1,00. Penentuan rating untuk masing-masing faktor berdasarkan pengaruhnya terhadap kondisi sistem. Nilai rating mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*). Pemberian nilai rating untuk peluang bersifat positif (semakin besar peluang semakin besar pula nilai rating yang diberikan), sedangkan untuk ancaman dilakukan sebaliknya (semakin besar ancaman semakin kecil nilai rating).

Selanjutnya dilakukan perkalian bobot dengan rating, untuk menentukan skor terbobot untuk masing-masing faktor. Jumlah skor terbobot menentukan kondisi eksternal sistem. Jika total skor terbobot $\geq 2,5$ berarti sistem mampu merespon kondisi eksternal yang ada.

Tabel 2 Matrik 2 EFAS King Cafe

No.	Indikator Variabel	Bobot	Rating	Skor
Perspektif Peluang				
1	Belum ada cafe yang bertema sepak bola	0,08	3	0,24
2	Tempat yang sangat nyaman	0,09	3	0,27
3	Pemberian diskon	0,09	3,5	0,32
4	Gaya Hidup	0,13	4	0,52
Sub Total Peluang				1,35
Perspektif Ancaman				
1	Banyaknya pesaing	0,13	3	0,39
2	Menganggap cafe tempat mahal	0,09	3,5	0,32
3	Keinginan konsumen yang berubah-ubah	0,08	1	0,08
4	Pengaruh Harga	0,18	2	0,36
5	Kenaikan Bahan Baku	0,13	2,5	0,33
Sub Total Ancaman				1,48
Jumlah		1,00		2,83

Sumber : Data olahan peneliti

Berdasarkan data di atas bahwa nilai peluang (Opportunity) adalah nilai tertinggi untuk matriks EFAS dengan jumlah 1,35 dibandingkan dengan faktor Ancaman (Threats) adalah 1,48 maka nilai yang dapat dijadikan dasar kebijakan adalah nilai ancaman (Threats).

Hasil Matrik Internal Eksternal (IE)

Kekuatan Eksternal

Kekuatan Internal

		KUAT (3.0-4.0)	RATA-RATA (2.0-2.99)	LEMAH (1.01.99)
	4.0	4.0	3.0	2.0
TINGGI (3.0-4.0)		I.GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Vertikal	II.GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Horizontal	III.GROWTH Turnaround
SEDANG (2.0-2.99)	3.0	IV.STABILITY Hati-hati	V.GROWTH Konsentrasi melalui Integrasi Horizontal STABILITY Tak ada perubahan profit strategi	VI.RETRENCHMENT Captive Company atau Divestment
RENDAH (1.01.99)	2.0	VII.GROWTH Diferifikasi konsentrik	VIII.GROWTH Diferifikasi Konglomerat	IX.RETRENCHMENT Bangkrut atau Likuidasi
	1.0			

Gambar Tahap pencocokan data Internal eksternal (IE)

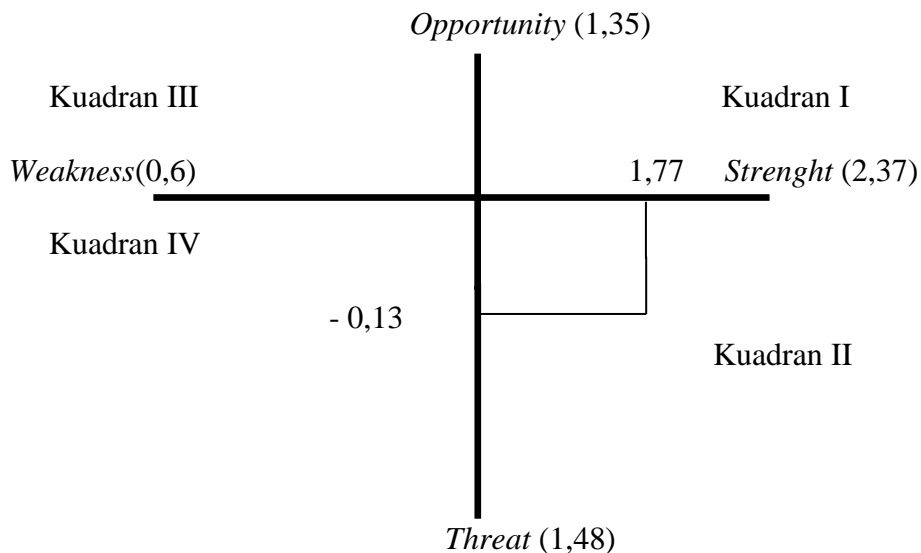
Berdasarkan hasil dari tabel Matrik IFAS (tabel 1) dan tabel Matrik EFAS (tabel 2) diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 2,97 dan nilai EFASnya adalah 2,83 Jadi analisis SWOT yang diterapkan dalam meningkatkan daya saing perusahaan King Cafe berada di sel nomor lima (*Growth*) yaitu suatu keadaan dimana usaha mengalami suatu masa pertumbuhan, baik dalam penjualan, asset profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk, atau meningkatkan pemasaran yang lebih luas. Dengan demikian dapat diketahui strategi yang sebaiknya dijalankan adalah strategi pertumbuhan melalui Integritas Horizontal. Strategi pertumbuhan melalui Integritas Horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas usaha King Cafe, dan meningkatkan jenis produk serta jasa yang diberikan. Sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan. Tujuannya adalah meningkatkan penjualan profit, dengan memanfaatkan keuntungan baik dalam produksi maupun pemasaran.

Karena usaha King Cafe berada dalam daya tarik sedang, strategi yang diterapkan adalah konsolidasi. Tujuannya relatif dan difensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit. King Cafe yang berada disel ini dapat memperluas strategi yang bagus, dan teknologi melalui pengembangan internal dan eksternal organisasi.

Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan hasil dari tabel Matrik IFAS (tabel 1) dan tabel Matrik EFAS (tabel 2) diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 2,97 yang berarti usaha King Cafe berada di titik rata-rata dalam usahanya menjalankan strategi memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan. Dan nilai EFASnya adalah 2,83 yang berarti bahwa King Cafe berada pada titik rata-rata dalam usahanya untuk menjalankan strategi memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman. Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci *strength* 2,37 , *weakness* 0,6 , *opportunity* 1,35 , *threat* 1,48 , Maka diketahui selisih total skor faktor *strength* dan *weakness* adalah (+)1,77 , sedangkan selisih total skor faktor *opportunity* dan *threat* adalah (-) 0,13.

Dibawah ini merupakan gambar diagram Cartesius Analisis SWOT:



Gambar 1 Diagram Cartesius Analisis SWOT

Dari gambar diagram cartesius diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa King Cafe berada pada kuadran kedua, yaitu strategi diversifikasi strategi ini menandakan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dari segi internalnya. Strategi yang harus di terapkan yaitu menggunakan

kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang. Dalam strategi ini dapat meningkatkan daya saing usaha King Cafe

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3 Matriks SWOT King Café

	IFAS	Strength	Weakness
EFAS		S1. Lahan parkir luas S2. Fasilitas yang memadai S3. Harga relatif murah S4 Brand Image S5 kelezatan dan citarasa S6 keramahan dan sopan santun S7 kebersihan dan kenyamanan	W1. Wilayah yang terletak di daerah W2. Jam buka cafe W3. Makanan yang belum bervariasi
	<i>Opportunity</i>	<i>SO Strategy</i>	<i>WO Strategy</i>
	O1. Belum adanya cafe yang bertema sepak bola O2. Tempat yang sangat nyaman O3. Pemberian diskon kepada pelanggan O4 gaya hidup	1.Mempunyai lahan parkir yang luas sehingga membuat suasana dengan tema sepak bola yang menyenangkan 2. Fasilitas yang memadai dengan pemberian tempat yang sangat nyaman 3.Harga yang relatif murah dan terjangkau juga selalu adanya pemberian diskon kepada pelanggan 4.Brand Image yang diberikan mampu mempengaruhi gaya hidup	1.Wilayah yang terletak di daerah sehingga membuat cafe yang bertema sepak bola untuk membedakan dari cafe-cafe yang lainnya 2. Mempunyai jam buka cafe yang kurang lama sehingga membuat kenyamanan di cafe terganggu 3.Makanan yang belum bervariasi membuat pelanggan bosan dan pemberian diskon menjadi alternatif untuk membuat pelanggan selalu tetap berkunjung
	<i>Threats</i>	<i>ST Strategy</i>	<i>WT Strategy</i>
	T1. Banyaknya pesaing T2. Menganggap cafe tempat yang mahal T3.Keinginan konsumen yang berubah-ubah T4 Pengaruh harga T5 Kenaikan bahan baku	1.Mempunyai lahan parkir yang sangat luas sehingga dapat bersaing dengan cafe-cafe yang lainnya. 2.Fasilitas yang memadai dengan memadukan suasana cafe yang sangat nyaman sehingga para pelanggan tidak berfikir bahwa cafe adalah tempat yang mahal 3.Harga yang diberikan relatif murah hal ini membuat cafe selalu berusaha mengikuti keinginan konsumennya.	1.Wilayah yang terletak di daerah sehingga pesaing semakin banyak 2.Jam buka cafe yang kurang lama sehingga banyak konsumen yang berfikir bahwa cafe adalah tempat yang mahal 3.Makanan yang belum bervariasi sehingga membuat konsumen bosan dengan menu yang diberikan

Sumber : Faktor Internal dan Eksternal King Cafe

Berdasarkan analisa di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT. Berikut analisa penulis berdasarkan matriks SWOT di atas:

1. Strategi SO (*Strength – Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *strength* dan faktor eksternal *opportunity*, strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran para eksekutif perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang ditempuh oleh King Cafe yaitu :

- a. Mempunyai lahan parkir yang luas sehingga membuat suasana dengan tema sepak bola yang menyenangkan
- b. Fasilitas yang memadai dengan pemberian tempat yang sangat nyaman
- c. Harga yang relatif murah dan terjangkau juga selalu adanya pemberian diskon kepada pelanggan

2. Strategi ST (*Strength – Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *strength* dan faktor eksternal *threat*, strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari luar. Strategi ST yang ditempuh oleh King Cafe yaitu:

- a. Mempunyai lahan parkir yang sangat luas sehingga dapat bersaing dengan cafe-cafe yang lainnya.
- b. Fasilitas yang memadai dengan memadukan suasana cafe yang sangat nyaman sehingga para pelanggan tidak berfikir bahwa cafe adalah tempat yang mahal
- c. Harga yang diberikan relatif murah hal ini membuat cafe selalu berusaha mengikuti keinginan konsumennya.

3. Strategi WO (*Weakness – Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *weakness* dan faktor eksternal *opportunity*, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi WO yang ditempuh oleh King Cafe yaitu :

- a. Wilayah yang terletak di daerah sehingga membuat cafe yang bertema sepak bola untuk membedakan dari cafe-cafe yang lainnya
- b. Mempunyai jam buka cafe yang kurang lama sehingga membuat kenyamanan di cafe terganggu
- c. Makanan yang belum bervariasi membuat pelanggan bosan dan pemberian diskon menjadi alternatif untuk membuat pelanggan selalu tetap berkunjung

4. Strategi WT (*Weakness – Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal *weakness* dan faktor eksternal *threat*, strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensive dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. Strategi WO yang ditempuh oleh King Cafe yaitu :

- a. Wilayah yang terletak di daerah sehingga pesaing semakin banyak
- b. Jam buka cafe yang kurang lama sehingga banyak konsumen yang berfikir bahwa cafe adalah tempat yang mahal
- c. Makanan yang belum bervariasi sehingga membuat konsumen bosan dengan menu yang diberikan

Hasil dari tabel Matrik IFAS dan EFAS, diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 2,79 dan nilai EFASnya adalah 2,83. Usaha King Cafe berada di sel nomor lima (*growth*), yaitu suatu keadaan dimana organisasi mengalami suatu masa pertumbuhan, baik dalam penjualan, asset profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau

meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Dengan demikian dapat diketahui strategi yang sebaiknya dijalankan adalah strategi pertumbuhan melalui Integritas Horizontal.

Dari gambar diagram cartesius diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa King Cafe berada pada kuadran kedua, yaitu strategi diversifikasi strategi ini menandakan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dari segi internalnya. Strategi yang harus di terapkan yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang. Dalam strategi ini dapat meningkatkan daya saing usaha King Cafe. Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal.

SIMPULAN

Kesimpulan atas penelitian Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Perusahaan pada King Cafe dengan tabel Matrik IFAS dan EFAS, diketahui bahwa nilai IFASnya adalah 2,97 dan nilai EFASnya adalah 2,83 Jadi analisis SWOT yang diterapkan dalam meningkatkan daya saing perusahaan pada king cafe berada di sel nomor lima (growth), yaitu suatu keadaan dimana usaha mengalami suatu masa pertumbuhan, baik dalam penjualan, asset profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Dengan demikian dapat diketahui strategi yang sebaiknya dijalankan adalah strategi pertumbuhan melalui Integritas Horizontal. Dari hasil diagram cartesius, sangat jelas menunjukkan bahwa King Cafe berada pada kuadran II (dua) yaitu strategi diversifikasi, dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki keadaan yang sangat baik namun sedang menghadapi beberapa tantangan berat. Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan yang ada untuk meraih omzet yang maksimal. Dalam strategi ini dapat meningkatkan daya saing perusahaan pada King Cafe.

DAFTAR PUSTAKA

Anoraga, P, *Manajemen Bisnis* (Jakarta : Rineka Cipta)

Dianti, Yulihar. *Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara 2018*. Diambil dari : <http://repository.uinsu.ac.id/4672/1/ANALISIS%20SWOT%20SEBAGAI%20STRATEGI%20MENINGKATKAN%20DAYA%20SAING%20%20USAHA%20TAHU%20DI%20DESA%20HAJORAN%20KECAMATAN%20SUNGAI%20KANAN%20KABUPATEN%20LABUH~1.pdf> (19 Maret 2019)

Fred R David, *Manajemen Strategis Konsep, Ed 12*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011)

Fahmi, Irham. *Manajemen Strategis : Teori dan Aplikasi* (Bandung:Alfabeta. 2015)

Malau,Harman, *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (Bandung: Alfabeta.2017)

Michael Porter, *Strategi Bersaing, teknik menganalisis industry dan pesaing*, (Jakarta: Erlangga 2001)

Mudrajad Kuncoro, *Ekonomi Industri Indonesia : Menuju Negara Industri Baru*, (Yogyakarta: Andi, 2007)

Rangkuti, Freddy . *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. (Jakarta :Gramedia

pustaka utama. 2003)

Siagian, S, *Manajemen Stratejik* (PT Bumi Aksara. 2016)

Solihin, I, *Manajemen Strategik* (Bandung : Erlangga. 2012)

Sunyoto Danang, *Strategi Pemasaran : Konsep Memenangkan Persaingan Bisnis dan Menakar Keberhasilan Strategi Menarik Konsumen* (Yogyakarta : CAPS 2015)

Tulus Tambunan, *Perekonmian Indonesia : Teori dan Temuan Empiris* (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2001)

Yunus, Eddy. *Manajemen Strategis* (Yogyakarta : CV Andi Offset. 2016)