

BAB V

PEMBAHASAN

5.1. Analisis Matrik EFAS

Menurut analisis terhadap faktor-faktor strategi eksternal peluang dan ancaman Kafe balarea kopi di mana pada faktor pertumbuhan angka mahasiswa sebesar 0,1 dengan nilai rating sebesar 3 dan skor 0,3. Pada faktor inovasi varian menu yang disediakan memiliki bobot 0,15, nilai rating 2 dan memiliki skor 0,3. Pada faktor pemanfaatan teknologi untuk promosi dan penjualan memiliki bobot 0,1, rating 2 dan skor 0,2. Pada faktor tingginya minat konsumen terhadap minuman olahan kopi di mana didapati bobot sebesar 0,1 dengan nilai rating 3 dan skor 0,3. Pada faktor mempunyai pelanggan tetap memiliki bobot 0,1, nilai rating sebesar 3 dan skor 0,3. Total jumlah bobot faktor peluang adalah 0,55 dan total score 1,4.

5.2. Analisis Matrik IFAS

Berdasarkan analisis terhadap faktor-faktor strategi internal kekuatan dan kelemahan Kafe balarea kopi di mana pada faktor Banyaknya pelaku usaha yang sejenis didapat nilai bobot sebesar 0,1, nilai rating 2 dan skor sebesar 0,2. Pada faktor Harga yang ditawarkan pesaing didapat nilai bobot sebesar 0,15, nilai rating sebesar 2 dan skor sebesar 0,3. Pada faktor Harga bahan baku yang terus meningkat didapat nilai bobot sebesar 0,05, nilai rating sebesar 2 dan score sebesar 0,1. Untuk faktor Perilaku konsumen yang berubah didapat nilai bobot sebesar 0,05 dengan nilai rating 2 dan skor 0,1. Pada faktor Inovasi yang ditawarkan oleh pesaing didapat bobot sebesar 0,1 dengan nilai rating 2 dan skor 0,2. Sehingga total jumlah bobot faktor kekuatan adalah 0,45, dan total score 2,3.

5.3. Analisis S.W.O.T.

Berdasarkan hasil dari titik temu kedua sumbu didapatkan kedua sumbu maka didapat diagram analisis S.W.O.T. Kafe balarea kopi berada pada Kuadran III yang berarti Kafe balarea kopi menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, kafe balarea kopi menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal sehingga perlu

dilakukan perubahan strategi supaya menciptakan pasar baru yang mampu membawa Kafe balarea kopi keluar dari persaingan *red ocean*.

5.4. Analisis *Blue Ocean Strategy*

Analisis Kanvas Strategi menggunakan data kuesioner yang berasal dari 73 responden yang pernah mengkonsumsi produk dari kedua kafe dimana kemudian dilakukan rekapitulasi dari data tersebut dan dihitung rata-rata untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari Kafe balarea kopi. Apabila hasil rata-rata yang didapat lebih besar dari pesaing maka menjadi kekuatan bagi kafe balarea kopi, begitu juga sebaliknya jika hasil rata-rata lebih rendah maka akan menjadi kelemahan bagi kafe balarea kopi. Berikut adalah hasil dari rata-rata variable yang dijadikan sebagai kekuatan dan kelemahan:

- a. Variabel yang menjadi kekuatan dari Kafe balarea kopi

X1 = Harga yang ditawarkan

X3 = Kualitas bahan

X8 = Produk mempunyai ciri khas

X9 = Areal parkir yang memadai

- b. Variabel yang menjadi kelemahan dari Kafe balarea kopi

X2 = Keramahan dan Kesopanan Karyawan

X4 = Varian menu yang ditawarkan

X5 = Kecepatan penyajian

X6 = Dekorasi tempat

X7 = Kebersihan dan Kerapihan

5.4.1. Analisis Kerangka Kerja Empat Langkah

Berdasarkan dari skema kerangka kerja empat langkah menghapuskan, mengurangi, meningkatkan, menciptakan, dimana Kafe balarea kopi pada skema kerangka kerja menghapuskan tidak dapat didefinisikan. Hal ini dikarenakan semua faktor utama yang telah diidentifikasi berdasarkan hasil kuesioner merupakan faktor-faktor utama yang penting dalam industri Kafe. Pada skema kerangka kerja meningkatkan, terdapat banyak variabel yang perlu ditingkat yaitu diantaranya adalah keramahan dan kesopanan karyawan, varian menu yang ditawarkan, kecepatan penyajian, dekorasi tempat, kebersihan dan kerapihan. Ke-lima nilai dari variabel tersebut masih berada dibawah

pesaing dan untuk skema kerangka kerja menciptakan, di mana ada empat variabel baru yang diciptakan sebagai saran untuk menguasai pasar baru. Diantaranya adalah Kopi *Cold Brew*, pengadaan live musik, pengadaan fasilitas pendukung dan juga promosi.

5.4.2. Analisis Perbandingan Kanvas Strategi Baru dan Lama

Pada kanvas strategi baru ada penambahan pada variabel Kopi *Coldbrew*, pengadaan live musik, fasilitas pendukung dan juga promosi. Selain itu, ada perbaikan pada variabel yang harus ditingkatkan.

Dari hasil analisis perbandingan kanvas strategi baru dan lama, di mana grafik menunjukkan bahwa kanvas strategi lebih meningkat dari pada kanvas strategi lama, sehingga Kafe balarea kopi sudah memiliki kekuatan baru yang kuat di mana memiliki peluang besar dalam menguasai pasar baru yang ia ciptakan

5.4.3. Tiga Kriteria Strategi yang Baik

a. Fokus

Strategi yang direkomendasikan pada Kafe Balarea Kopi memiliki fokus untuk meningkatkan semua nilai atribut/variabel yang berada dibawah pesaing. Atribut tersebut diantaranya keramahan dan kesopanan karyawan, kecepatan penyajian, dekorasi tempat, kebersihan, kerapihan dan pada faktor yang baru yang diciptakan. Peningkatan keramahan dan kesopanan karyawan dapat dilakukan dengan cara melakukan pelatihan dasar kepada karyawan untuk pembentukan sikap dan tata cara dalam melayani konsumen. Peningkatan pada dekorasi tempat dapat dilakukan dengan cara menambahkan hiasan dinding dan memaksimalkan teknik pencahayaan. Sedangkan untuk peningkatan kebersihan dan kerapihan Kafe Balarea Kopi dapat melakukan piket kebersihan sebelum dan setelah kafe buka.

Kafe Balarea Kopi juga dapat meningkatkan pemasarannya dengan menggunakan *social media*, sehingga informasi mengenai Kafe Balarea Kopi dapat diketahui oleh masyarakat luas. Dengan adanya pemberian fokus kepada penciptaan faktor-faktor baru, perumusan strategi yang akan diterapkan oleh Kafe Balarea Kopi menjadi tidak terpaku pada situasi yang sudah ada sehingga perumusan strategi tersebut memenuhi kriteria divergensi.

b. *Divergensi*

Kurva nilai strategi Kafe Balarea Kopi yang bergerak menjauh (*divergensi*) dari kurva nilai pesaing Kafe lainnya merupakan salah satu ciri efektif sebuah strategi samudera biru yang diterapkan. Kriteria divergensi ini didapatkan dari pencarian dan pengamatan terhadap alternatif. Berdasarkan penerapan kerangka kerja empat langkah yang telah dijelaskan sebelumnya, yakni dengan mengurangi, meningkatkan, dan menciptakan faktor-faktor yang belum pernah ditawarkan industri sebelumnya, maka profil strategi Kafe Balarea Kopi menjadi lebih khas dan berbeda.

c. Moto

Kriteria lain yang harus dimiliki oleh strategi yang telah dirumuskan agar menjadi *blue ocean strategy* adalah moto yang kuat dan otentik. Moto dari Kafe Balarea Kopi selama ini adalah “Perang candu” yang mana perang candu ini mempunyai makna yang dalam. Mengenal kopi dari berbagai arah. Menjadikan makna perang candu yang berarti memperkenalkan kopi bagi masyarakat awam. Moto ini sangat bagus, namun karena menu yang ditawarkan di Kafe Balarea Kopi bukan hanya kopi, menjadikan moto ini kurang pas. Opsi lain yang dapat dipakai oleh pihak Kafe Balarea Kopi adalah moto “*Good foods, Nice drinks, and a place like home*” yang mana mempunyai arti makanan dan minuman yang enak, serta tempat yang nyaman.

