

BAB I

RINGKASAN BISNIS PLAN

A. LATAR BELAKANG

Dalam dunia bisnis yang terus berkembang, strategi bisnis merupakan fondasi utama yang menentukan arah dan keberhasilan suatu organisasi. Strategi bisnis tidak hanya sekadar rencana untuk mencapai tujuan jangka panjang, tetapi juga mencakup berbagai upaya yang terkoordinasi dalam memanfaatkan sumber daya secara efektif. Strategi ini dirancang untuk mengintegrasikan empat aspek utama yang saling berkaitan, yaitu sumber daya manusia (SDM), keuangan, operasional, dan pemasaran. Keempat aspek ini memiliki peran krusial dalam mendukung keberlanjutan dan perkembangan sebuah bisnis, terutama dalam industri yang sangat kompetitif seperti coffee shop.

Kekal Coffee, sebuah bisnis coffee shop yang didirikan pada tahun 2019 di Kota Bekasi, telah menghadapi berbagai tantangan sejak awal berdirinya. Tantangan-tantangan ini menyoroti pentingnya perbaikan yang signifikan dalam keempat aspek utama bisnis tersebut untuk dapat bersaing di pasar yang semakin ketat. Dalam konteks ini, memahami latar belakang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh Kekal Coffee menjadi langkah awal yang penting untuk merancang strategi yang holistik dan terintegrasi.

Pentingnya Sumber Daya Manusia (SDM) Sumber daya manusia adalah elemen kunci dalam menjalankan aktivitas sehari-hari sebuah organisasi. SDM mencakup berbagai peran, mulai dari manajemen, operasional, hingga layanan pelanggan. Dalam strategi bisnis, pengelolaan SDM yang efektif sangat penting untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kepuasan pelanggan. Di Kekal Coffee, salah satu tantangan utama yang memengaruhi performa bisnis adalah kurangnya pelatihan dan pengembangan karyawan dalam menciptakan konten kreatif serta memberikan layanan optimal. Hal ini berdampak pada kualitas interaksi pelanggan yang kurang maksimal, baik secara langsung di coffee shop maupun melalui platform digital. Sebagai contoh, karyawan yang kurang dilatih dalam pembuatan konten media sosial tidak dapat menarik perhatian audiens secara efektif. Akibatnya, engagement pelanggan terhadap merek Kekal Coffee menjadi rendah, yang pada gilirannya memengaruhi pertumbuhan pelanggan dan penjualan. Dengan meningkatkan kompetensi SDM melalui pelatihan yang

terfokus pada kreativitas dan inovasi, Kekal Coffee dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik, baik secara langsung maupun digital.

Tantangan dalam Pengelolaan Keuangan Keuangan merupakan aspek vital yang mendukung berbagai aktivitas bisnis, termasuk pemasaran, operasional, dan pengembangan. Pengelolaan keuangan yang tepat memungkinkan bisnis untuk mengalokasikan anggaran dengan bijak, termasuk untuk promosi, pelatihan, dan investasi lainnya. Namun, Kekal Coffee menghadapi kendala dalam hal keuangan, terutama terkait dengan keterbatasan anggaran untuk kegiatan promosi digital seperti iklan berbayar di media sosial. Keterbatasan anggaran ini menjadi penghambat dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Kompetitor yang memiliki anggaran lebih besar mampu menjalankan kampanye pemasaran digital yang agresif, sehingga Kekal Coffee sering kali kehilangan peluang untuk menarik pelanggan baru. Alokasi anggaran yang lebih efektif, seperti memprioritaskan pemasaran digital berbasis data dan strategi promosi organik, dapat membuka peluang yang lebih besar dalam meningkatkan visibilitas merek dan pertumbuhan pelanggan.

Efisiensi Operasional yang Belum Optimal Operasional mencakup seluruh aktivitas yang mendukung kelancaran proses produksi dan penyediaan layanan kepada pelanggan. Dalam industri coffee shop, aspek operasional melibatkan pengelolaan stok bahan baku, efisiensi waktu pelayanan, dan konsistensi kualitas produk. Di Kekal Coffee, tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya koordinasi dalam operasional yang mendukung strategi pemasaran. Misalnya, event-event yang diadakan untuk menarik pelanggan sering kali tidak memberikan hasil yang diharapkan karena perencanaan dan pelaksanaan yang kurang terkoordinasi. Selain itu, kurangnya inovasi dalam operasional juga memengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dengan memperbaiki proses operasional, seperti penggunaan teknologi untuk manajemen stok dan perencanaan event yang lebih baik, Kekal Coffee dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan kepada pelanggan.

Masalah dalam Strategi Pemasaran Pemasaran adalah elemen inti dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan, meningkatkan brand awareness, serta mendorong

penjualan. Dalam era digital, pemasaran yang efektif memanfaatkan platform online untuk menjangkau target pasar secara luas. Namun, Kekal Coffee menghadapi masalah dalam mengelola strategi pemasaran digitalnya. Meski telah memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok, konten yang dihasilkan kurang menarik dan jarang memberikan dampak signifikan pada pertumbuhan pelanggan. Rendahnya jumlah pengikut, minimnya tingkat keterlibatan, serta terbatasnya promosi karena anggaran yang tidak memadai menunjukkan bahwa pemasaran digital Kekal Coffee belum dirancang dan dijalankan dengan baik. Dengan mengoptimalkan strategi pemasaran digital yang kreatif dan relevan, seperti menggunakan konten interaktif dan kolaborasi dengan influencer lokal, Kekal Coffee dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dan visibilitas merek.

Keempat aspek di atas saling berkaitan dan memiliki dampak langsung terhadap keberhasilan bisnis Kekal Coffee. Misalnya, kurangnya pelatihan SDM dalam pembuatan konten kreatif memengaruhi efektivitas pemasaran digital. Keterbatasan anggaran keuangan menghambat pelaksanaan promosi yang lebih luas, sementara kurangnya koordinasi dalam operasional turut memperburuk kesan pelanggan terhadap merek Kekal Coffee. Kombinasi kelemahan ini berdampak negatif pada kinerja bisnis, terutama pada rendahnya pertumbuhan pelanggan dan penurunan omzet. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat di industri coffee shop, kegagalan untuk mengoptimalkan keempat aspek tersebut dapat mengancam kelangsungan bisnis Kekal Coffee. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang terintegrasi dan menyeluruh untuk mengatasi berbagai permasalahan ini.

B. Tujuan dan Harapan

Melihat tantangan yang dihadapi Kekal Coffee, sangat jelas bahwa prioritas utama adalah memperbaiki strategi bisnis di semua aspek. Dengan pengelolaan SDM yang lebih baik, Kekal Coffee dapat meningkatkan kreativitas konten dan kualitas layanan pelanggan. Di sisi keuangan, alokasi anggaran yang lebih efektif untuk promosi akan membuka peluang lebih besar dalam menjangkau audiens. Sementara itu, perbaikan operasional dapat meningkatkan

efisiensi dan kualitas pengalaman pelanggan, yang pada akhirnya mendukung keberhasilan strategi pemasaran.

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, diharapkan Kekal Coffee dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Strategi yang terintegrasi dan inovatif tidak hanya akan membantu Kekal Coffee untuk bertahan di pasar yang kompetitif tetapi juga menciptakan peluang baru untuk berkembang lebih jauh di masa depan.

C. Analisis SWOT

Kekal Coffee memiliki sejumlah kekuatan yang menjadi modal utama dalam persaingan bisnis. Lokasi strategis yang berada di tengah area perkantoran, industri, dan sekolah memberikan akses mudah bagi target pasar utama, yaitu pekerja kantoran dan pelajar. Hal ini memungkinkan Kekal Coffee untuk menjangkau segmen pelanggan yang memiliki kebutuhan rutin akan kopi dan makanan cepat saji. Selain itu, produk-produk yang ditawarkan oleh Kekal Coffee berkualitas premium dengan varian menu yang beragam, mulai dari kopi berbasis espresso hingga minuman non-kopi seperti teh dan smoothies. Beragamnya menu makanan ringan dan berat juga menjadi daya tarik tersendiri, terutama bagi pelanggan yang ingin menikmati pengalaman bersantap yang lengkap.

Jam operasional yang fleksibel, mulai dari pagi hingga malam hari, memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk menikmati layanan kapan saja. Kekal Coffee juga menonjolkan konsep "*homies*" yang menciptakan suasana nyaman dan santai, seolah-olah pelanggan sedang menikmati kopi di rumah sendiri. Hal ini menjadi keunggulan yang membedakan Kekal Coffee dari kompetitor lain di wilayah sekitarnya.

Namun, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah keterbatasan tempat dan kapasitas layanan yang dapat membatasi jumlah pelanggan yang dilayani pada saat jam sibuk. Selain itu, strategi pemasaran digital yang diterapkan Kekal Coffee belum sepenuhnya optimal. Meskipun telah memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan

TikTok, tingkat keterlibatan (*engagement*) dari pelanggan masih tergolong rendah. Keterbatasan anggaran promosi juga menjadi kendala dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan *brand awareness*.

Di sisi lain, terdapat peluang besar yang dapat dimanfaatkan oleh Kekal Coffee untuk mendukung pertumbuhan bisnisnya. Pertumbuhan konsumsi kopi di kalangan generasi muda membuka peluang untuk menarik lebih banyak pelanggan, terutama dengan memperkenalkan inovasi produk yang relevan dengan preferensi mereka. Tren urbanisasi dan kemajuan teknologi digital juga memberikan kesempatan bagi Kekal Coffee untuk memperluas jangkauan pasar melalui strategi pemasaran yang lebih inovatif. Kolaborasi dengan influencer lokal dan platform pemesanan online seperti Gojek dan Grab dapat meningkatkan visibilitas merek sekaligus memudahkan pelanggan untuk mengakses produk Kekal Coffee.

Namun, ancaman dari persaingan coffee shop lain, termasuk brand besar dengan sumber daya yang lebih besar, tidak dapat diabaikan. Kompetitor sering kali memiliki anggaran pemasaran yang lebih besar untuk mendukung kampanye promosi yang agresif. Selain itu, perubahan preferensi konsumen yang cepat, seperti meningkatnya permintaan untuk minuman sehat atau berbahan dasar non-kopi, menjadi tantangan yang harus diantisipasi oleh Kekal Coffee. Fluktuasi harga bahan baku kopi dan bahan pendukung lainnya juga dapat memengaruhi profitabilitas bisnis.

D. Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan

Kekuatan (*Strengths*): Kekal Coffee memiliki sejumlah kekuatan yang menjadi keunggulan kompetitif di pasar. Lokasi yang strategis memberikan akses langsung ke segmen pelanggan potensial, seperti pekerja kantoran dan pelajar. Produk-produk berkualitas premium dengan beragam varian menu menjadi daya tarik utama bagi pelanggan yang mencari pengalaman bersantap yang memuaskan. Jam operasional yang panjang dan fleksibel juga memberikan kenyamanan bagi pelanggan untuk menikmati layanan kapan saja. Selain itu, konsep "*homies*" yang ditonjolkan oleh Kekal Coffee menciptakan suasana yang nyaman dan akrab, sehingga mendorong pelanggan untuk kembali lagi.

Kelemahan (*Weaknesses*): Di sisi lain, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan. Keterbatasan tempat dan kapasitas layanan dapat membatasi kemampuan Kekal Coffee untuk melayani pelanggan pada saat jam sibuk. Strategi pemasaran digital yang belum optimal menjadi kendala dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan di media sosial. Selain itu, keterbatasan anggaran promosi membatasi kemampuan Kekal Coffee untuk menjalankan kampanye pemasaran yang lebih luas dan efektif. Kurangnya pelatihan bagi sumber daya manusia (SDM) juga menjadi tantangan dalam menciptakan konten pemasaran yang kreatif dan menarik.

E. Analisis Peluang dan Ancaman

Peluang (*Opportunities*): Kekal Coffee memiliki peluang besar untuk memanfaatkan pertumbuhan konsumsi kopi di kalangan generasi muda. Dengan tren urbanisasi yang terus berkembang, wilayah perkotaan seperti Bekasi menjadi pasar yang menjanjikan bagi bisnis *caffeshop*. Kemajuan teknologi digital memberikan kesempatan untuk memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran online dan layanan pemesanan digital. Kolaborasi dengan influencer lokal dan platform pemesanan online dapat meningkatkan visibilitas merek dan memudahkan pelanggan dalam mengakses produk Kekal Coffee. Selain itu, pengenalan inovasi produk, seperti menu sehat dan minuman berbasis non-kopi, dapat menarik segmen pasar baru yang peduli pada kesehatan dan gaya hidup modern.

Ancaman (*Threats*): Namun, ancaman dari persaingan yang semakin ketat di industri coffee shop tidak dapat diabaikan. Brand besar dengan sumber daya yang lebih besar sering kali mendominasi pasar melalui kampanye promosi yang agresif dan strategi harga yang kompetitif. Perubahan preferensi konsumen yang cepat juga menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh Kekal Coffee. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku kopi dan kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat memengaruhi profitabilitas bisnis.

F. Menentukan Strategi

Berdasarkan analisis SWOT, strategi utama yang dapat diterapkan Kekal Coffee mencakup diversifikasi produk, penguatan pemasaran digital, peningkatan operasional, dan ekspansi pasar.

1. Diversifikasi Produk

Strategi diversifikasi produk berfokus pada pengembangan variasi menu untuk menarik segmen pelanggan yang lebih luas. Kekal Coffee dapat menambahkan pilihan menu sehat seperti minuman berbasis non-kopi, misalnya teh herbal, smoothies, atau minuman berbahan dasar susu nabati seperti almond dan oat. Selain itu, makanan ringan sehat seperti salad, granola bars, dan sandwich rendah kalori juga dapat menjadi pelengkap. Pendekatan ini bertujuan untuk menjangkau konsumen yang peduli pada gaya hidup sehat, termasuk mereka yang tidak mengonsumsi kopi, namun tetap mencari tempat yang nyaman untuk bersantai atau bekerja. Diversifikasi ini juga memberikan nilai tambah bagi pelanggan tetap, karena mereka memiliki lebih banyak pilihan tanpa harus mencari alternatif di tempat lain.

2. Penguatan Pemasaran Digital

Pemasaran digital menjadi elemen kunci dalam memperluas jangkauan dan menarik perhatian konsumen di era digital. Kekal Coffee dapat mengoptimalkan konten media sosial dengan memadukan strategi visual yang menarik, storytelling, dan pendekatan berbasis komunitas. Konten edukasi, seperti manfaat minuman sehat atau tips menikmati kopi, dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens. Selain itu, strategi kolaborasi dengan influencer lokal yang memiliki segmen pengikut sesuai dengan target pasar Kekal Coffee dapat meningkatkan visibilitas merek. Menggunakan iklan berbayar di platform digital seperti Instagram dan Facebook juga memungkinkan penargetan konsumen secara spesifik berdasarkan lokasi, minat, dan kebiasaan belanja.

3. Peningkatan Operasional

Efisiensi operasional adalah salah satu fondasi utama keberhasilan bisnis. Untuk mendukung hal ini, Kekal Coffee dapat mengadopsi teknologi digital, seperti aplikasi Point of Sale (POS), yang memungkinkan pelacakan penjualan secara real-time, analisis tren penjualan, dan pengelolaan inventaris yang lebih baik. Sistem ini juga dapat memberikan data akurat tentang menu yang paling diminati, membantu dalam merencanakan promosi yang tepat sasaran. Selain itu, pelatihan karyawan secara berkala untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan dapat menjadi fokus tambahan. Dengan memberikan pengalaman pelanggan yang konsisten dan memuaskan, Kekal Coffee dapat membangun loyalitas pelanggan yang lebih kuat.

4. Ekspansi Pasar

Untuk memperluas cakupan bisnis, ekspansi pasar adalah langkah strategis yang perlu direncanakan dengan matang. Kekal Coffee dapat mempertimbangkan membuka cabang baru di lokasi-lokasi strategis, seperti kawasan perkantoran, pusat perbelanjaan, atau daerah wisata yang ramai. Dalam memilih lokasi, penting untuk melakukan analisis pasar terlebih dahulu guna memastikan potensi pelanggan yang tinggi di area tersebut. Selain itu, strategi ekspansi juga bisa melibatkan model waralaba, yang memungkinkan merek berkembang lebih cepat dengan biaya yang relatif lebih terjangkau. Ekspansi ini dapat didukung dengan aktivitas promosi lokal, seperti diskon pembukaan, acara komunitas, atau program loyalitas yang dirancang untuk menarik pelanggan baru.

Dengan penerapan strategi ini, Kekal Coffee tidak hanya dapat meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif, tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang berkesan, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat posisi sebagai merek yang relevan dan inovatif.

G. Implementasi Strategi

Untuk mengimplementasikan strategi tersebut, Kekal Coffee dapat memulai dengan melakukan riset pasar untuk menentukan preferensi pelanggan terhadap menu sehat yang sedang tren. Setelah itu, produk baru dapat

diperkenalkan melalui kampanye promosi di media sosial dan tester gratis di kedai. Konten media sosial harus diunggah secara konsisten dengan frekuensi tiga kali seminggu dan mencakup berbagai format seperti video behind-the-scenes, ulasan pelanggan, dan promosi spesial.

Digitalisasi manajemen stok dan pelacakan penjualan harian menggunakan aplikasi POS dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional. Pelatihan rutin bagi karyawan juga diperlukan untuk menjaga kualitas layanan. Selain itu, studi kelayakan perlu dilakukan untuk menentukan lokasi cabang baru di area kota satelit di sekitar Bekasi. Model bisnis waralaba juga dapat dieksplorasi untuk mempercepat ekspansi dengan biaya yang lebih rendah.

H. Saran dan Tindak Lanjut

Sebagai tindak lanjut, Kekal Coffee perlu fokus pada implementasi strategi diversifikasi produk dan penguatan pemasaran digital. Survei pelanggan secara berkala dapat membantu memahami kebutuhan pasar yang berubah. Kolaborasi dengan aplikasi pemesanan online seperti Gojek dan Grab dapat meningkatkan aksesibilitas produk Kekal Coffee. Program loyalitas pelanggan, seperti sistem poin yang dapat ditukarkan dengan diskon atau produk gratis, juga dapat diperkenalkan untuk meningkatkan retensi pelanggan. Pelatihan SDM harus terus dilakukan untuk meningkatkan keterampilan karyawan dalam pelayanan dan pemasaran.

I. Teori yang Relevan

Teori-teori yang mendukung strategi ini meliputi Marketing Mix (4P), STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), Strategi Kompetitif Porter, *Diffusion of Innovation*, dan *Digital Marketing Excellence*. Marketing Mix membantu dalam merancang strategi produk, harga, tempat, dan promosi yang seimbang. STP digunakan untuk mengidentifikasi segmen pasar potensial dan menciptakan posisi unik bagi Kekal Coffee. Strategi Kompetitif Porter menciptakan keunggulan kompetitif melalui fokus diferensiasi. *Diffusion of Innovation* membantu memperkenalkan produk baru kepada pelanggan awal (*early adopters*). *Digital Marketing Excellence* memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas merek dan keterlibatan pelanggan.