

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring perkembangan teknologi pada era globalisasi seperti sekarang ini, dunia bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat. Namun hal tersebut membuat persaingan antar bisnis semakin lama menjadi semakin ketat. Situasi seperti ini menuntut para pelaku bisnis untuk merumuskan sekaligus menerapkan strategi-strategi bisnis agar tidak hanya dapat bertahan dan mengembangkan bisnis yang dijalani namun juga dapat bersaing dalam merebut dan menguasai pangsa pasar yang ada, untuk itu strategi menjadi kunci dari pencapaian keunggulan bersaing dan keberhasilan sebuah bisnis atau usaha. Dalam memilih strategi keunggulan bersaing yang tepat untuk diterapkan oleh sebuah bisnis, pelaku bisnis perlu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai kedudukan atau posisi usaha bisnis di pasar. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara analisis terhadap lingkungan bisnis baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal.

Pesatnya persaingan bisnis menuntut para pelaku usaha untuk dapat bersaing dalam dunia bisnis dengan tujuan mencapai target yang telah di rencanakan agar lebih unggul di bandingkan dengan pesaing. Karena hal tersebut, maka para pelaku usaha memerlukan perencanaan bisnis yang baik. Perencanaan bisnis yang baik merupakan alat yang penting untuk menjalankan bisnis yang efektif dan efisien. Selain perencanaan, dibutuhkan juga analisis yang tepat terhadap bisnis yang dijalani untuk

mendukung berhasilnya sebuah perencanaan tersebut. Analisis yang biasanya digunakan adalah analisis SWOT.

Persaingan bisnis yang kini semakin terlihat yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner baik makanan maupun minuman. Salah satunya yaitu pada usaha *Coffee Shop* atau Kedai kopi. Dimana seiring meningkatnya minat dan Trend berkunjung ke Kedai kopi maka semakin banyak orang yang datang ke Kedai kopi. Bukan hanya untuk mengkonsumsi kopi, tetapi selain itu juga konsumen atau pengunjung menggunakan Kedai kopi sebagai tempat untuk melakukan acara pertemuan dan reuni, rapat, maupun tempat untuk mengerjakan tugas atau sekedar bersantai setelah menjalankan rutinitas sehari-harinya. Hal ini disebabkan karena Kedai kopi bukan hanya menjual menu-nya tetapi juga suasananya. karena melihat peluang banyaknya konsumen tersebut sehingga mulai banyak pelaku usaha yang mendirikan usaha Kedai kopi.

Bisnis Kedai kopi termasuk bisnis yang beresiko besar. Karena bisnis Kedai kopi beda dengan bisnis-bisnis lain. Jika memiliki pangsa pasar yang bagus, maka bisnis Kedai kopi akan memberi keuntungan yang berlipat ganda. Konsumen menginginkan nilai dari barang tersebut yaitu nilai kualitas dan nilai pengalaman. Konsumen menganggap kopi memenuhi standar kualitas apabila kopi tersebut menghasilkan aroma dan rasa yang enak dan memberi manfaat. Selain itu suasana yang ada di Kedai kopi juga harus nyaman sehingga pelanggan atau konsumen betah berada di Kedai kopi tersebut.

Salah satu Usaha *Coffe Shop* atau Kedai kopi yang belum lama ini berdiri dan mulai banyak peminatnya yaitu *Coffe Shop* Sumber Redjeki yang berada di Kijang Kota, Bintan Timur. Di Daerah Kijang sendiri berbagai usaha yang sama sudah mulai berkembang dan mulai banyak berdiri sehingga persaingan juga akan semakin ketat. hal ini yang menjadi persoalan utama yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha khususnya *Coffe Shop* Sumber Redjeki sehingga membutuhkan strategi bisnis yang tepat, strategi ini juga sangat diperlukan untuk mempertahankan pelanggan dan menjaga keberlangsungan usahanya sehingga dapat bersaing.

Munculnya banyak pesaing dengan berbagai macam produk serupa juga menjadi ancaman bagi usaha ini. Saat ini ada 8 *outlet* penjual kopi yang berjualan dengan *Coffee Shop* milik Putra. Persaingan tersebut mengakibatkan terjadinya fluktuasi pada volume penjualan. Hal tersebut dapat dilihat pada data penjualan Kopi *Coffee Shop* Sumber Redjeki sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan *Coffee Shop* Sumber Redjeki Tahun 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Volume Penjualan</b>
Juli	300
Agustus	315
September	310
Oktober	300
November	295
Desember	305

Sumber : Pemilik *Coffee Shop* Sumber Redjeki

Analisis SWOT diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Kotler, 2019). Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Volume penjualan menunjukkan jumlah barang yang dijual dalam jangnan waktu tertentu (Kotler, 2019). Para pelaku usaha harus memiliki strategi pemasaran yang baik untuk memasarkan produknya untuk mencapai penjualan yang tinggi. Kemampuan para pelaku usaha dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan. Apabila para pelaku usaha tidak mampu menjual maka usahanya akan mengalami kerugian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Strategi SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada *Coffee Shop* Sumber Redjeki Kijang Kota”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas terdapat identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui keunggulan *Coffee Shop* Sumber Redjeki

2. Untuk mengetahui kelemahan *Coffee Shop* Sumber Redjeki
3. Untuk mengetahui peluang *Coffee Shop* Sumber Redjeki
4. Untuk mengetahui ancaman *Coffee Shop* Sumber Redjeki
5. Untuk mengetahui volume penjualan *Coffee Shop* Sumber Redjeki

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah analisis strategi SWOT berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan pada *Coffee Shop* Sumber Redjeki?”

### **1.4 Pembatasan Masalah**

Dengan mempertimbangkan masalah yang ada, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini dengan fokus mengkaji tentang analisis strategi SWOT dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha *Coffee Shop* Sumber Redjeki.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis strategi SWOT dalam meningkatkan volume penjualan pada *Coffee Shop* Sumber Redjeki.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang analisis SWOT dalam meningkatkan volume penjualan serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program strata satu (S1) sarjana Manajemen.

2. Bagi UKM yang bersangkutan, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan untuk mengembangkan usaha di masa yang akan datang, mengenai strategi pemasaran apa yang paling tepat digunakan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya.

### **1.7 Sistematika Penelitian**

Sistematika penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang jelas dan sistematis bagi pembaca dalam memahami ini. Masing-masing bab secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pertama ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan masalah dan manfaat penelitian, batas penelitian serta sistematika penelitian.

#### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

Bab kedua didalamnya mengemukakan serta menjelaskan tentang hal-hal yang mendasari penelitian ini yang terdiri dari teori-teori ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan permasalahan penelitian ini, hasil-hasil penelitian terdahulu serta hipotesis penelitian yang memberikan gambaran yang akan diteliti.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ketiga menjelaskan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel perusahaan yang diteliti, jenis dan sumber data yang akan dipakai, metode pengumpulan data serta metode analisa data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat memuat tentang hasil penelitian (analisa data), pengujian asumsi klasik serta pembahasan teoritik baik secara kualitatif dan statistik.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab kelima berisi tentang kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah, serta berisi tentang saran dan keterbatasan penelitian.

