

Strategi Bauran Pemasaran dengan Analisis SWOT pada Kedai Cokelat Klasik

Idha Dwi Firdayanti¹, Sonja Andarini²

^{1,2} Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu PolitikUPN
"Veteran" Jawa Timur

idthadwif65@gmail.com sonja_andarini.adbis@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

This research was conducted at the Kedai Cokelat Klasik which is a business engaged in the culinary business sector as the object of research. The purpose of this study is to identify and analyze the marketing mix strategy implemented based on the SWOT analysis by Kedai Cokelat Klasik. The results of the SWOT analysis method are used as the basis for determining the marketing mix strategy that can be carried out by Kedai Cokelat Klasik. The research method used is a qualitative type with descriptive analysis which refers to the concept of the 4P marketing mix, namely Product, Price, Place and Promotion. Data collection techniques were carried out by means of in-depth interviews, participatory observation and field research. The analytical method used is the SWOT analysis method with the stages of compiling the IFAS and EFAS matrices, determining the SWOT quadrant and SWOT matrix. From the results of the study, it can be concluded that Kedai Cokelat Klasik is in quadrant I position. It can be concluded that the marketing mix strategy applied by SWOT analysis is an aggressive strategy, namely by maximizing its strengths to take advantage of existing opportunities.

Keywords: *Marketing Mix Strategy, SWOT Analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Kedai Cokelat Klasik yang merupakan usaha yang bergerak pada bidang usaha bisnis kuliner sebagai obyek penelitian. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi bauran pemasaran yang diterapkan berdasarkan Analisis SWOT oleh Kedai Cokelat Klasik. Hasil dari metode analisis SWOT tersebut digunakan sebagai dasar untuk menentukan strategi bauran pemasaran yang dapat dilakukan Kedai Cokelat Klasik. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis kualitatif dengan analisis deskriptif yang mengacu pada konsep bauran pemasaran 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat) dan *Promotion* (Promosi). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi partisipatif serta penelitian lapangan. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT dengan tahapan menyusun matriks IFAS dan EFAS, menentukan kuadran SWOT dan matriks SWOT. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Kedai Cokelat Klasik berada pada posisi kuadran I. Dapat disimpulkan bahwa strategi bauran pemasaran yang diterapkan dengan analisis SWOT adalah strategi agresif yaitu dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Kata Kunci : *Strategi Bauran Pemasaran, Analisis SWOT, Matriks IFAS, Matriks EFAS*

PENDAHULUAN

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya (Chandler dalam Rangkuti (2018:3-4)). Strategi pemasaran berperan untuk

mengembangkan perusahaan agar semakin maju karena persaingan yang semakin luas. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat maka perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan sehingga posisi perusahaan tetap stabil. Sebagai pelaku bisnis dituntut agar dapat melakukan analisis yang menguntungkan bagi usahanya. Analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dapat membantu para pelaku bisnis untuk menganalisa bagaimana strategi bisnisnya harus dijalankan khususnya strategi pemasaran.

Kakao (*Theobroma cacao*) merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan Indonesia yang dapat diolah menjadi produk kakao dan coklat yang mengandung antioksidan alami. Cokelat sebagai produk pangan derivat dari kakao merupakan produk pangan yang mengandung kaya senyawa fenolik dari biji tanaman *Theobroma cacao*, L (Arlorio et al., 2000). Ditinjau dari bahan kimia yang terkandung di dalamnya, Coklat juga mengandung *Tyramine* dan *Phenylethylamine*. Kedua zat ini menyebabkan kita lebih bergairah, menaikkan tekanan darah dan kadar gula, serta menyebabkan rasa puas saat mengkonsumsi coklat.

Tabel 1 Perkiraan konsumsi coklat di Indonesia pada Tahun 2016-2020

Tahun	Per kapita	Konsumsi nasional (ribu ton)
2016	0,36	93.600
2017	0,40	104.000
2018	0,44	114.400
2019	0,48	125.840
2020	0,53	138.424

Sumber : Badan Pusat Statistik

Usaha minuman coklat salah satu industri yang berpotensi besar dan mampu bertahan ditengah persaingan. Cokelat Klasik merupakan salah satu produk kuliner minuman dengan fokus pengolahan bahan dasar Cokelat. Suatu resep minuman *Ice/Hot Chocolate* yang lezat dan nikmat, serta memiliki kandungan beberapa zat yang baik di konsumsi oleh tubuh manusia seperti zat besi, vitamin, kalsium, magnesium, dan juga antioksidan. Cokelat Klasik menyuguhkan produk *real chocolate* yang berkualitas dengan harga terjangkau.

Masalah yang ditemukan di Kedai Cokelat Klasik ini adanya fluktuasi penjualan Cokelat Klasik selama bulan Januari-Desember 2021 serta banyaknya jumlah pesaing sejenis yang masuk sehingga penulis ingin mengetahui strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Kedai Cokelat Klasik tersebut sehingga akan mempengaruhi jumlah penjualan yang berdampak pada profit perusahaan. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui dan menganalisis strategi bauran pemasaran yang diterapkan berdasarkan Analisis SWOT oleh Cokelat Klasik.

METODE PENELITIAN

a. Lokasi Penelitian dan metode penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kedai Cokelat Klasik yang berlokasi di Jl. Jukung Suprpto, Kepanjen Jombang, Jawa Timur. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif.

b. Jenis dan Sumber Data

Data primer, yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara mendalam (*in depth interview*) dengan informan penelitian yang dianggap mengetahui dan memahami permasalahan yang terjadi sesuai dengan penelitian.

Data Sekunder, dalam penelitian ini data sekunder berupa dokumen-dokumen yang mendukung Kedai Cokelat Klasik.

c. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

d. Teknik Analisis Data

Dalam proses penyusunan perencanaan yang strategis perlu melalui 3 tahap analisis yaitu:

1. Tahap pengumpulan data faktor-faktor internal dan eksternal
2. Tahap analisis IFAS, EFAS dan Matriks SWOT
3. Tahap pengambilan keputusan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Produk

Kedai Cokelat menyediakan produk berupa menu minuman yang berbahan dasar coklat untuk menunya diantaranya menu choco ice dan hot. Menu ice diantaranya choco original, choco cincau, choco milk, choconut, chocopuchino, cappucino cincau, white choco anggur, white choco melon, white choco strawberry, taro chocolate, taronut, tarori, taro puchino, tarore, tiramisu, hazelnut, milk oreo, milk tea, green tea dan thai tea. Sedangkan untuk menu hot nya diantaranya yaitu choco original, choco milk, choco coffe, chocopuchino dan cappucino. Dengan beragam menu yang disediakan pembeli bisa memesan sesuai dengan keinginan pembeli misalnya menu *ice/hot*.Keunggulan dari usaha Kedai Cokelat Klasik yaitu menyediakan minuman yang berbahan dasar coklat yang berkualitas dengan harga yang terjangkau sehingga dapat memuaskan konsumen yang berkunjung.

2. Analisis Harga (*Price*)

Dalam menetapkan harga, Kedai Cokelat Klasik mampu bersaing dengan usaha kedai lainya yang sejenis. Kebijakan yang ditetapkan oleh Kedai Cokelat Klasik mengenai strategi harga yaitu dengan memperhitungkan harga bahan baku yang digunakan dan besar harga pokok penjualan. Agar harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh pesaing sejenis. Kebijakan harga apabila harga bahan baku mengalami kenaikan yaitu dengan menaikkan yaitu dengan menaikkan harga dengan tetap mempertahankan cita rasa agar dapat memuaskan konsumen.

3. Analisis Tempat (*Place*)

Kedai Cokelat Klasik berlokasi di di Jl. Jaksa Agung. Suprpto, Kepanjen Jombang, Jawa Timur. Lokasi tersebut dipilih karena dekat dengan kampus dan

sekolah tentunya berada di pusat kota Jombang. Lokasi yang strategis sehingga pengunjung dengan mudah menjangkaunya. Lahan yang ditempati Kedai Cokelat Klasik ini lahan milik pribadi yaitu milik Ibu Irma Wijayanti. Untuk cakupan pasarnya yaitu semua kalangan mulai dari anak kecil, remaja sampai orang dewasa.

Sarana pendukung yang disediakan oleh Kedai Cokelat Klasik antara lain tersedianya WIFI, kamar mandi dan tempat duduk yang nyaman. Kedai Cokelat Klasik juga bermitra dengan jasa pesan antar makanan atau minuman milik GOJEK yaitu Go-Food dan Grab yaitu Grabfood.

4. Analisis Promosi (*Promotion*)

Kedai cokelat klasik dalam mempromosikan usahanya dengan berbagai macam kegiatan promosi agar produk-produknya dikenal oleh banyak orang sehingga dapat meningkatkan omset penjualannya. Salah satunya yaitu melakukan promosi melalui mulut ke mulut, pemasangan plat nama kedai cokelat klasik dan juga promosi melalui media sosial diantaranya yaitu melalui media facebook dan juga instagram. Hal ini dilakukan karena semakin canggih dan berkembangnya zaman, banyak orang yang menggunakan media sosial sehingga dengan mudah diketahui banyak orang yang kemudian akan berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung sehingga penjualan akan meningkat.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

A. Faktor Internal

1. Strength (Kekuatan)
 - a. Mempunyai fasilitas WIFI
 - b. Rasa minuman enak
 - c. Banyak varian rasa yang dijual
 - d. Rasa topping enak
 - e. Karyawannya ramah
 - f. Gelas dan sedotan minuman berukuran besar
2. Weaknesses (Kelemahan)
 - a. Area parkir kurang luas
 - b. Bubuk minuman yang tidak *favorable* mudah rusak
 - c. Topping kacang mudah rusak

B. Faktor Eksternal

1. Opportunities (Peluang)
 - a. Memanfaatkan anak muda yang lebih menghabiskan waktu di luar
 - b. Adanya inovasi rasa baru
2. Threats (Ancaman)
 - a. Banyaknya kompetitor

- b. Cuaca
- c. Pemadaman listrik

Matriks SWOT

Tabel 2 IFAS

No	Faktor Penentu Internal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
Strenghts (Kekuatan)					
1.	Mempunyai fasilitas WIFI	0,10	4	0,40	Dipertahankan
2.	Rasa minuman enak	0,09	4	0,36	Ditingkatkan
3.	Banyak varian rasa yang dijual	0,11	4	0,44	Dipertahankan
4.	Rasa topping enak	0,09	3	0,27	Ditingkatkan
5.	Karyawan ramah	0,11	4	0,44	Dipertahankan
6.	Dapat dipesan melalui Grabfood/ Gofood	0,10	4	0,40	Dipertahankan
7.	Lokasi strategis	0,11	4	0,44	Dipertahankan
Total		0,71		2,75	
Weaknesses (Kelemahan)					
1.	Bubuk minuman yang tidak <i>favorable</i> mudah rusak	0,10	2	0,20	Sistem Penyimpanan diperbaiki
2.	Area parkir kurang luas	0,10	1	0,10	Kerjasama dengan pihaklain
3.	Topping kacang mudah rusak	0,09	2	0,18	Sistem Penyimpanan diperbaiki
Total		0,29		0,48	
Total score Internal		1,00		3,23	

Dari hasil analisis pada tabel 2 IFAS, faktor kekuatan (*strength*) mempunyai total skor 2,75 sedangkan kelemahan (*weakness*) mempunyai total nilai skor 3,23

Tabel 3 EFAS

No.	Faktor Penentu Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
Opportunities (Peluang)					
1.	Adanya inovasi rasa baru	0,19	4	0,76	Dilaksanakan
2.	Memanfaatkan anak mudayang lebih menghabiskan waktu di luar	0,19	3	0,57	Membangun suasana yang nyaman
Total		0,39		1,33	
Threats (Ancaman)					
1.	Banyaknya pesaing	0,20	1	0,20	Memberikan inovasi

2.	Cuaca	0,22	1	0,22	Meningkatkankerja sama dengan mitra yaitu Gofood dan Grabfood.
3.	Pemadaman listrik	0,19	1	0,19	Pihak owner menyediakan alat mix yang bukan listrik.
Total		0,61		0,61	
Total score Eksternal		1,00		1,94	

Dari hasil analisis pada tabel3 EFAS, faktor peluang (*opportunities*) mempunyai nilai skor 1,33sedangkan ancaman (*threats*) mempunyai total nilai skor 0,61

Dari hasil analisis matriks SWOT tersebut, Kedai Cokelat Klasik dapat ditentukan oleh gabungan faktor internal dan eksternal. Gabungan kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT:

C. Strategi SO

- a. Memanfaatkan anak muda yang lebih menghabiskan waktu diluar dengan tempatKedai Cokelat Klasik yang strategis mudah ditemukan.
- b. Mempertahankan kualitas menu yang bervariasi agar dapat bersaing dengan kompetitorusaha yang sejenis.
- c. Meningkatkan layanan promosi baik promosi secara online maupun promosi offline.

D. Strategi WO

- a. Menggunakan media promosi yang tepat untuk menarik minat konsumen.
- b. Meningkatkan pelayanan agar tidak terjadi komplain dari pengunjung terkait pelayanannya.
- c. Melaporkan keluhan konsumen terhadap produk cokelat klasik kepada pemilik KedaiCokelat Klasik.

E. Strategi ST

- a. Memaksimalkan kualitas rasa dari menu yang ditawarkan serta mempertahankan harga yang terjangkau untuk bisa bertahan dengan pesaing usaha yang sejenis.
- b. Membeli mesin *genset* agar usaha tetap terus berjalan meskipun listrik padam.

F. Strategi WT

- a. Selalu memunculkan inovasi agar berbeda dengan para pesaing.
- b. Menarik pangsa pasar yang sesuai dengan tujuan Kedai Coklat Klasik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kesimpulan yang didapatkan oleh penulis yang dilakukan pada Kedai Cokelat Klasik adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pada strategi bauran pemasaran dengan menggunakan indikator 4P yaitu, untuk produk (*product*) menawarkan produk dengan berbagai macam varian menu minuman. Harga (*price*) yang ditawarkan relative terjangkau sehingga terjangkau oleh konsumen. Promosi (*promotion*) dilakukan dengan menggunakan promosi dari mulut ke mulut dan juga melakukan promosi di media sosial seperti akun instagram dan facebook. Tempat (*place*) lokasinya yang terletak di sekitar alun alun kota Jombang yang sangat strategis dan mudah ditemukan.
2. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan IFAS dan EFAS maka Kedai Cokelat Klasik memiliki kekuatan sebesar 2,75 , kelemahan sebesar 0,48, peluang sebesar 1,33 dan ancaman sebesar 0,61 dalam perusahaannya. Kemudian pada hasil diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa Kedai Cokelat Klasik berada pada kuadran I sehingga dapat diketahui yang menjadi strategi utama bagi Kedai Cokelat Klasik adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*)

Saran

Berdasarkan hasil penelitian kesimpulan yang didapatkan oleh penulis yang dilakukan pada Kedai Cokelat Klasik adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pada strategi bauran pemasaran dengan menggunakan indikator 4P yaitu, untuk produk (*product*) menawarkan produk dengan berbagai macam varian menu minuman. Harga (*price*) yang ditawarkan relative terjangkau sehingga terjangkau oleh konsumen. Promosi (*promotion*) dilakukan dengan menggunakan promosi dari mulut ke mulut dan juga melakukan promosi di media sosial seperti akun instagram dan facebook. Tempat (*place*) lokasinya yang terletak di sekitar alun alun kota Jombang yang sangat strategis dan mudah ditemukan.
2. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan IFAS dan EFAS maka Kedai Cokelat Klasik memiliki kekuatan sebesar 2,75 , kelemahan sebesar 0,48, peluang sebesar 1,33 dan ancaman sebesar 0,61 dalam perusahaannya. Kemudian pada hasil diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa Kedai Cokelat Klasik berada pada kuadran I sehingga dapat diketahui yang menjadi strategi utama bagi Kedai Cokelat Klasik adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*)

DAFTAR PUSTAKA

- Abdoellah, S. (2021). Analisis Kinerja dan Prospek Komoditas Kakao. Jember: RADAR dePlantation.com.
- Humano, J. P., Ekonomi, F., Manajemen, J., Andi, U., & Palopo, D. (2017). e- ISSN: 2597-9213; ISSN:1978-6115. 8(1), 14-25.

- Kusumawaty, Y. (2019). Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu). *Jurnal Agribisnis*, 20(2), 124–138. <https://doi.org/10.31849/agr.v20i2.2235>
- Kotler, dan Kevin lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. (16 edisi). New Jersey : PrenticebHail Published. Kotler, Philip. (2012: 29). Pengertian Pemasaran
- Moleong, Lj. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakaya Mengapa Kita Sangat Suka Cokelat. Diakses pada 08 Oktober 2021, dari <https://kumparan.com/lampu-edison/mengapa-kita-sangat-suka-cokelat-1rsnf43oN50>
- Prihanto, A., & Puspitasari, R. (2021). Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Jombang Menurut Lapangan Usaha 2016-2020. Jombang: BPS-Statistics of Jombang Regency.
- Potensi Industri F&B Mampu Tumbuh 20 Persen Tahun Ini. Diakses pada 18 Desember 2021, dari <https://radarsurabaya.jawapos.com/ekonomi/22/02/2019/potensi-industri-fb-mampu-tumbuh-20-persen-tahun-ini/>
- Praktik Menyusun Analisis SWOT Step by Step High Quality. Diakses pada tanggal 25 Februari 2022 dari : <https://www.youtube.com/watch?v=R4iQ5ni5FZ4>
- Rahmawati, F. (2016). Fortifikasi Tepung Taun Kelor (Moringa oleifera) Dengan Susu Bubuk dan Konsentrasi Kayu Manis (Cinnamomum burmani) Terhadap Karakteristik Dark Chocolate. *Jurnal Penelitian Tugas Akhir*.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88.
- Sudibyo, A. (2012). Peran Cokelat sebagai Produk Pangan Derivat Kakao yang Menyehatkan. *Jurnal Riset, Industri*, VI(1), 23–40.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sari, P., Utari, E., Praptiningsih, Y., & Maryanto. (2015). Karakteristik Kimia- Sensori dan Stabilitas Polifenol Minuman Cokelat-Rempah. *Jurnal Agroteknologi*, 09(01), 54–66.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI