

Strategi Pemasaran Cafe You & Me Selama Masa Pandemi Corona Tahun 2022

Subandi¹,
Rr. Endang Wahyuni²,
Deslida Saidah³,
Sumirahwati⁴

Email: Andiahnaf@yahoo.co.id, wahyuniendang@yahoo.co,
adibahalfi@gmail.com, sumirahwati.salma@gmail.com

Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia

ABSTRAK

Cafe you & me adalah usaha yang bergerak pada bidang kuliner. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor internal dan eksternal, untuk mengetahui strategi yang digunakan, serta untuk mengetahui strategi yang tepat untuk digunakan cafe you & me selama masa pandemi corona. Penelitian ini menggunakan data dengan melakukan observasi dan wawancara. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan analisis SWOT. Hasil pada penelitian dari faktor internal kekuatan yaitu 2,33 dan faktor kelemahan yaitu 0,63 sehingga selisih yang didapatkan dari kekuatan dan kelemahan yaitu 1,7. Selanjutnya faktor eksternal peluang yaitu 2,00 dan faktor eksternal ancaman yaitu 1,08 sehingga selisih yang didapatkan dari peluang dan ancaman yaitu 1,33. Menurut hasil matriks SWOT 4K berada pada posisi kuadran I yang artinya cafe you & me dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan menggunakan kekuatan. Menurut matriks IE hasil faktor internal yaitu 2,97 dan hasil faktor eksternal 3,08 maka posisinya berada pada sel no.2. strategi bauran pemasaran yang digunakan cafe you & me dapat meningkatkan penjual produk serta keuntungan. Strategi alternatif yang disarankan kepada cafe you & me yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan barang dan jasa.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, analisis SWOT

ABSTRACT

Cafe You & Me is a business engaged in the culinary field. The purpose of this study is to know internal and external factors, to know the strategies used, as well as to know the right strategies to use Cafe You & Me during the corona pandemic. This study uses data by conducting observations and interviews. The analysis method used in this study is with SWOT analysis. The result in the study of internal strength factor are 2.33 and weakness factor is 0.63 so the difference obtained from strength and weakness is 1.7. Furthermor, the external factor of the opportunity is 2.00 and the external factor of threat is 1,08 so that the diffrent obtained from the oppoertunity and threat is 0,92. According to the results of the SWOT 4K matrix is in the position of quadrant I which means Cafe You & Me take advantage of existing opportunities by using force. According to the IE matrix the internal factor result is 2.97 and the external factor result is 3,08 then the position is in cell no.2. marketing mix strategy used Cafe You & Me increase the seller's products as well as profit. Alternative strategies suggested to Cafe You & Me are market penetration, market development, goods and services development, goods and services depeloment.

Keywords : Marketing strategy, analysis SWOT

PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020 dunia dikagetkan dengan adanya jenis virus baru yaitu virus corona. Virus corona merupakan virus yang dapat ditularkan dari manusia ke

manusia melalui media air liur, virus ini dapat menyerang saluran pernafasan yang dimulai dengan adanya gejala batuk, pilek, demam hingga penyakit yang lebih serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory* (SARS).

Dampak yang ditimbulkan dari pandemi corona ini berimbas pada berbagai negara tak terkecuali di Indonesia terutama pada bidang kuliner salah satunya seperti cafe. Cafe adalah restoran yang menyediakan makanan dan minuman ringan. Cafe memberikan fasilitas tempat duduk yang nyaman serta menyediakan musik supaya para konsumen dapat merasa nyaman dengan cafe tersebut.

Sebelum adanya virus corona persaingan antar usaha cafe ataupun restoran mengalami peningkatan, tetapi setelah adanya wabah virus corona ini memberi dampak pada usaha cafe yaitu terjadinya penurunan drastis terhadap penjualan, hal ini dapat dilihat dari turunnya pendapatan yang diterima sehari – hari.

Terjadinya penurunan drastis terhadap pendapatan diakibatkan oleh berkurangnya pengunjung cafe. Karena semenjak diberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) banyak masyarakat yang lebih memilih untuk diam dirumah saja dan lebih memilih untuk membeli makanan ataupun minuman secara online daripada *dine in*. Para pemilik cafe juga harus mengikuti protokol yang telah ditetapkan oleh pemerintah untuk tidak menerima atau memperbolehkan pengunjung untuk melakukan makan ditempat atau *dine in* supaya mengurangi rantai penularan virus corona ini.

Meskipun Cafe You & Me baru saja didirikan tapi pemilik mampu bertahan ditengah pandemi corona ini. Dampak ditengah pandemi menurut pemilik cafe pemesan makanan dan minuman nya mengalami penurunan. Maka dari itu pemilik cafe khawatir atas penjualan produk yang semakin lama akan semakin menurun sehingga dapat mempengaruhi pendapatan sehari – hari serta terancam untuk tutup

KAJIAN TEORI

Manajemen

Menurut Wilson (2015) mengatakan bahwa manajemen merupakan suatu rangkaian aktivitas yang dikerjakan oleh para anggota organisasi untuk dapat mencapai tujuan (Ibrahim, 2016).

Strategi

Menurut Barney dan Hesterly menjelaskan bahwa strategi merupakan sebuah teori yang menjelaskan mengenai bagaimana cara perusahaan dapat meraih keunggulan – keunggulan yang kompetitif (Faruq & Usman, 2016).

Manajemen Strategi

Menurut Wheelen menjelaskan bahwa manajemen strategik ialah serangkaian keputusan manajer serta upaya yang dilakukan untuk menentukan keberhasilan pada organisasi dalam jangka panjang (Yulita & Gunawan, 2019).

Pemasaran

Kotler mendefinisikan bahwa pemasaran adalah bekerja dengan pasar sasaran untuk dapat mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud dapat memuaskan kebutuhan serta keinginan manusia (Hamid & Zubair, 2019).

Manajemen Pemasaran

Agustian Shinta menjelaskan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam organisasi agar dapat tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif (Kusbandono, 2019).

Strategi Pemasaran

Assauri mengatakan bahwa strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing – masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah (Rusidi, 2019).

Bauran Pemasaran

Sunyoto mendefinisikan bahwa bauran pemasaran merupakan sebuah kombinasi dari keempat elemen pokok yang terdapat pada pemasaran suatu perusahaan (Fachriza & Moeliono, 2017).

SWOT

Rangkuti mendefinisikan bahwa analisis SWOT adalah salah satu alat bantu yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi dengan berlandaskan pada situasi disekeliling perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja pada perusahaan (Kusbandono, 2019).

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kualitatif. Penelitian ini akan mendalami dengan menggunakan teknik wawancara mengenai strategi pemasaran Cafe You & Me selama masa pandemi corona.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis SWOT dengan metode pendekatan kualitatif. Analisis SWOT itu sendiri terdiri dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Oppurtunities* (peluang), *Threats* (ancaman). Analisis SWOT ini akan menganalisis lingkungan cafe you & me mengenai lingkungan internal serta lingkungan eksternal

a. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Menurut David Matriks IFAS merupakan suatu alat perumusan strategi yang meringkas serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis, dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan di antara area tersebut (Munawar & Nurhakim, 2010). Menurut rangkuti langkah – langkah dalam menentukan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) sebagai berikut : (Sastika, 2019)

1. Tentukan faktor – faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing – masing faktor tersebut pada kolom 2 dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh

faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan perusahaan. Semua bobot tersebut jumlah skor totalnya tidak boleh melebihi dari 1,0.

3. Hitunglah rating pada kolom 3 untuk masing – masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan dengan rata – rata industri atau pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing – masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
5. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan.

b. Matriks EFAS (*External Factory Analysis Summary*)

Menurut David Matriks EFAS adalah suatu alat yang memungkinkan perencana strategi di dalam meringkas serta mengevaluasi mengenai informasi ekonomi, sosial budaya, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan (Munawar & Nurhakim, 2010). Menurut rangkutan langkah – langkah dalam menentukan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) sebagai berikut : (Sastika, 2019)

1. Tentukan faktor – faktor yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan dalam kolom 1.
2. Beri bobot masing – masing faktor tersebut pada kolom 2 dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan perusahaan. Semua bobot tersebut jumlah skor totalnya tidak boleh melebihi dari 1,0.
3. Hitunglah rating pada kolom 3 untuk masing – masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang

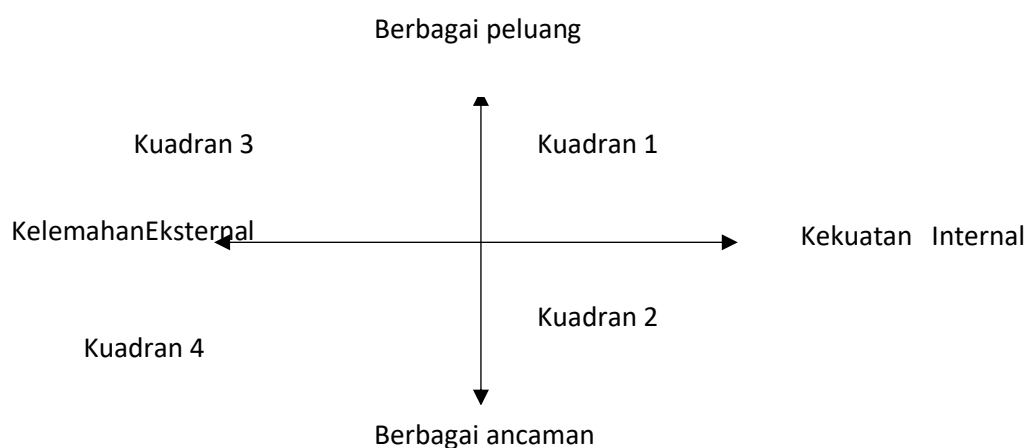
bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan dengan rata – rata industri atau pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya.

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktorr pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing – masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
5. Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan.

c. Matriks IE (*Internal Eksternal*)

Menurut David Matrik IE adalah matriks yang dapat meringkas hasil evaluasi faktor eksternal serta internal yang menempatkan perusahaan pada salah satu kondisi di dalam sembilan sel, dimana tiap sel tersebut memiliki kondisi langkah yang harus di tempuh perusahaan. Matriks IE terdiri dari total rata -rata dari IFAS sebagai sumbu x dan total rata – rata dari EFES sebagai sumbu y (Munawar & Nurhakim, 2010).

d. Diagram Matriks SWOT



Gambar 1. Kuadran SWOT

Keterangan :

- a) Kuadran 1 : suatu situasi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan karena memiliki kekuatan serta peluang yang besar, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan.
- b) Kuadran 2 : meskipun perusahaan menghadapi berbagai macam ancaman yang ada tetapi perusahaan memiliki kekuatan dari segi internal.
- c) Kuadran 3 : perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar tetapi ia juga memiliki beberapa kelemahan internal.
- d) Kuadran 4 : suatu kondisi yang sangat tidak menguntungkan bagi perusahaan karena menghadapi berbagai ancaman serta kelemahan pada internal. Sumber : Rangkuti (**Nourlette & Hati, 2017**).

Tahap 2 :

a. Matriks SWOT

Menurut David matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting yang dapat membantu para manajer dalam mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO (Strengths – Threats), Strategi WO (Weakness – Opportunities), Strategi ST (Strengths – Threats), dan Strategi WT (Weakness – Threats) (**Sugianto & Hongdiyanto, 2017**). Menurut Rangkuti strategi pertimbangan dengan kombinasi empat faktor ialah sebagai berikut: (**Kusbandono, 2019**)

1. Strategi SO

Dalam strategi ini berdasarkan dengan jalan pemikiran suatu perusahaan ialah menggunakan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang.

2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki suatu perusahaan dengan menghindari ancaman.

3. Strategi WO

Strategi ini berdasarkan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan mengatasi kelemahan yang dimiliki suatu perusahaan.

4. Strategi WT

Strategi ini ialah berdasarkan dengan kegiatan yang bersifat defensive yang ditunjukkan untuk dapat meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman.

PEMBAHASAN

1. Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Berdasarkan dengan hasil wawancara dengan Cafe You & Me maka dapat mengetahui *Strengts* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Oppurtunities* (peluang), *Threats* (ancaman) pada Cafe You & Me yang dijelaskan secara singkat yaitu :

a. *Strengts* (kekuatan)

- a) Memiliki lokasi yang strategis
- b) Memiliki harga lebih terjangkau
- c) Memiliki tempat parkir yang luas
- d) Telah bergabung dengan mitra gojek dan grab
- e) Memiliki packaging yang praktis
- f) Memiliki fasilitas untuk cuci tangan
- g) Mengikuti standar protokol kesehatan yang diwajibkan
- h) Sering mengadakan promo

b. *Weakness* (kelemahan)

- a) Kurangnya promosi yang dilakukan di media sosial
- b) Kurangnya karyawan yang bekerja sesuai dengan bidangnya
- c) Kurang lengkapnya fasilitas
- d) Kurang variasi pada menu
- e) Penyajian makanan dan minuman dalam waktu yang lama

c. *Oppurtunities* (peluang)

- a) Berubahnya *life style* pada masyarakat
- b) Memberikan varian baru
- c) Berkembangnya pada usaha cafe
- d) Lokasi yang berdekatan dengan pemukiman masyarakat
- e) Memproduksi minuman dalam bentuk instan

d. Threats (ancaman)

- a) Banyaknya pesaing dibidang yang sama
- b) Kenaikan harga pada bahan baku
- c) Lokasi cafe yang berdekatan dengan pesaing
- d) Diberlakukannya PSBB

Tabel 1. IFAS Cafe You & Me

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strengths)				
1	Memiliki lokasi yang strategis	0,10	4	0,40
2	Memiliki harga yang lebih terjangkau	0,10	3	0,30
3	Memiliki tempat parkir yang luas	0,07	3	0,20
4	Telah bergabung dengan mitra gojek dan grab	0,07	4	0,27
5	Memiliki packaging yang praktis	0,03	3	0,10
6	Memiliki fasilitas untuk cuci tangan	0,08	4	0,33
7	Mengikuti protokol kesehatan yang diwajibkan	0,08	4	0,33
8	Sering mengadakan promo	0,10	4	0,40
	Sub Total			2,33
Kelemahan (Weasknesses)				
1	Kurangnya promosi yang dilakukan dimedia sosial	0,08	2	0,17
2	Kurangnya karyawan yang bekerja sesuai dengan bidangnya	0,10	2	0,20
3	Kurang lengkap fasilitas	0,07	1	0,07
4	Kurangnya variasi pada produk	0,03	1	0,03
5	Penyajian makanan dan minuman dalam waktu yang lama	0,08	2	0,17
	Sub Total			0,63
	Total Skor	1,00		2,97

Sumber : Diolah Penulis (2021)

Berdasarkan dari IFAS maka dapat disimpulkan bahwa faktor internal yang berasal dari cafe yaitu memiliki nilai yang tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil akhir skor yang diperoleh yaitu 2,97. Hasil akhir skor tersebut dapat diperoleh berasal dari akumulasi sub total faktor kekuatan (2,33) serta dari total faktor kelemahan (0,63) yang berasal dari dalam cafe tersebut.

Tabel 2. EFAS Cafe You & Me

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Oppurtunities)				
1	Berubahnya <i>life style</i> atau gaya hidup pada masyarakat	0,13	4	0,50
2	Memberikan variant baru	0,08	3	0,25
3	Berkembangnya pada usaha cafe	0,13	4	0,50
4	Lokasi yang berdekatan dengan pemukiman masyarakat	0,13	4	0,50
5	Memproduksi minuman dalam bentuk instan	0,8	3	0,25
	Sub Total			2,00
Ancaman (Threats)				
1	Banyaknya pesaing dengan bidang yang sama	0,13	2	0,25
2	Kenaikan harga pada bahan baku	0,08	1	0,08
3	Lokasi cafe yang berdekatan dengan pesaing	0,13	2	0,25
4	Diberlakukannya PSBB	0,13	4	0,5
	Sub Total			1,08
	Total Skor	1,00		3,08

Sumber : Diolah Penulis (2021)

Berdasarkan dari tabel EFAS maka dapat disimpulkan bahwa faktor eksternal yang berasal dari cafe yaitu memiliki nilai yang tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil akhir skor yang diperoleh yaitu 3,08. Hasil skor tersebut diperoleh berasal dari akumulasi sub total faktor peluang (2,00) serta dari total faktor ancaman (1,08) yang berasal dari luar cafe tersebut.

Setelah mengetahui total skor matriks IFAS dan matriks EFAS maka dapat mengetahui sumbu X sebesar 2,97 dan sumbu Y sebesar 3,08 pada matriks IE.

Total Skor IFE (Faktor Internal)

Total Skor EFE	Kuat 3.00 - 4.00	Rata – rata 2.00 - 2.99	Lemah 1.00 - 1.99	
Tinggi 3.00 - 4.00	3,08	I PERTUMBUHAN	2,97 II PERTUMBUHAN	III PENCIUTAN
Sedang 2.00 - 2.99		IV PERTUMBUHAN	V PERTUMBUHAN STABILITAS	VI PENCIUTAN
Rendah 1.00 - 1.99		VII PERTUMBUHAN	VIII PERTUMBUHAN	IX LIKUIDITAS

Sumber : Diolah Penulis (2020)

Gambar 2. Matriks IE

Berdasarkan dengan hasil Matrik IE maka posisi Cafe You & Me berada pada kuadran II dengan total akhir skor pada faktor internal (2,97) dan total akhir skor pada faktor eksternal (3,08) yang artinya bahwa cafe berada pada posisi pertumbuhan (*Growth*). Cafe You & Me dapat menerapkan strategi intensif yang terdiri dari penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk ataupun strategi integratif yang terdiri dari integrasi kedepan, integrasi kebelakang serta integrasi horizontal.

Tabel 3 . TOTAL NILAI TERTIMBANG

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strengts)				
1	Memiliki lokasi yang strategis	0,16	4	0,63
2	Memiliki harga yang lebih terjangkau	0,16	3	0,47
3	Memiliki tempat parkir yang luas	0,11	3	0,32
4	Telah bergabung dengan mitra gojek dan grab	0,11	4	0,42
5	Memiliki packaging yang praktis	0,05	3	0,16
6	Memiliki fasilitas untuk cuci tangan	0,13	4	0,53
7	Mengikuti protokol kesehatan yang diwajibkan	0,13	4	0,53
8	Sering mengadakan promo	0,16	4	0,63

	Sub Total	1,00	29	3,68
Kelemahan (Weaknesses)				
1	Kurangnya promosi yang dilakukan dimedia sosial	0,23	2	0,45
2	Kurangnya karyawan yang bekerja sesuai dengan bidangnya	0,27	2	0,55
3	Kurang lengkap fasilitas	0,18	1	0,18
4	Kurangnya variasi pada produk	0,09	1	0,09
5	Penyajian makanan dan minuman dalam waktu yang lama	0,23	2	0,45
	Sub Total	1,00	8	1,73
Selisih Skor Keseluruhan Faktor Internal				1,96

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)				
1	Berubahnya <i>life style</i> atau gaya hidup pada masyarakat	0,23	4	0,92
2	Memberikan variant baru	0,15	3	0,46
3	Berkembangnya pada usaha cafe	0,23	4	0,92
4	Lokasi yang berdekatan dengan pemukiman masyarakat	0,23	4	0,92
5	Memproduksi minuman dalam bentuk instan	0,15	3	0,46
	Sub Total	1	18	3,69
Ancaman (Threats)				
1	Banyaknya pesaing dengan bidang yang sama	0,27	2	0,55
2	Kenaikan harga pada bahan baku	0,18	1	0,18
3	Lokasi cafe yang berdekatan dengan pesaing	0,27	2	0,55
4	Diberlakukannya PSBB	0,27	4	1,09
	Sub Total	1,00	9	2,36
Selisih Skor Keseluruhan Faktor Eksternal				1,33

Sumber : Diolah Penulis (2021)

Dalam menganalisis SWOT menggunakan Matriks SWOT 4K maka mengetahui hal tersebut dapat menghitung kumulatif skor – skor yang diperoleh usaha tersebut. Rumus untuk mencari titik koordinat pada Matriks SWOT 4K sebagai berikut :

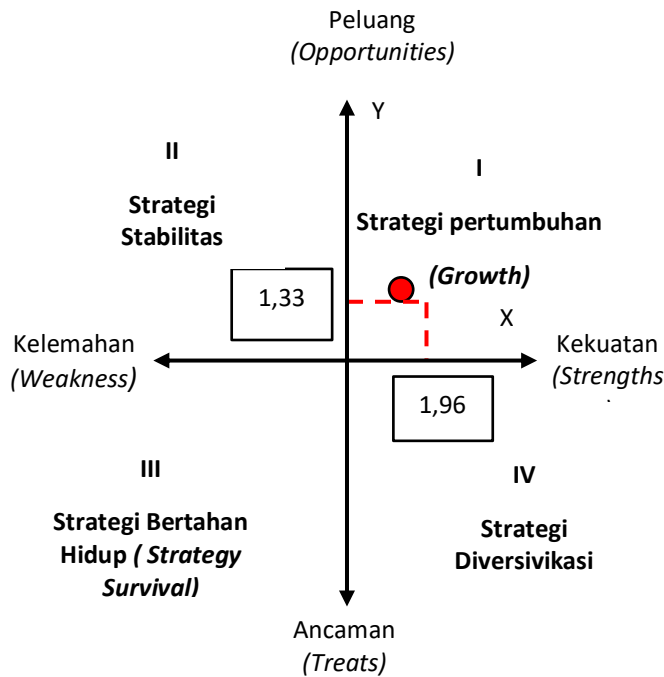
$$\begin{aligned} \text{Sumbu X} &= \text{Sub Total Kekuatan} - \text{Sub Total Kelemahan} \\ &= 3,68 - 1,73 \\ &= 1,95 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Sumbu Y} &= \text{Sub Total Peluang} - \text{Sub Total Ancaman} \\ &= 3,69 - 2,36 \end{aligned}$$

= 1,33

Jadi posisi cafe pada matrik SWOT 4K berada pada koordinat (1,95 : 1,94).

Sehingga posisi matrik space pada Cafe You & Me sebagai berikut :



Sumber : Diolah Penulis (2021)

Gambar 3 . Matriks SWOT 4K Cafe You & Me

Berdasarkan dengan diagram analisis SWOT diatas yang diolah oleh penulis maka dapat diketahui bahwa posisi strategi Cafe You & Me berada pada **kuadran I** dengan sumbu Y (faktor internal) yang memiliki hasil skor sebesar (1,95) dan sumbu X (faktor eksternal) yang memiliki hasil skor sebesar (1,94). Beradanya posisi Cafe You & Me pada kuadran 1 menjelaskan bahwa cafe You & Me memiliki kondisi yang menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang baik serta sebaiknya untuk menerapkan strategi pertumbuhan (*growt*).

Tabel 4 . Matriks SWOT Cafe You & Me

Analisis SWOT Cafe You & Me Tahun 2022	Kekuatan (<i>Strengths</i>) 1. Memiliki lokasi yang strategis 2. Memiliki harga yang lebih terjangkau 3. Memiliki tempat parkir yang luas 4. Telah bergabung dengan mitra gojek dan grab 5. Memiliki packaging yang praktis 6. Memiliki fasilitas untuk cuci tangan 7. Mengikuti protokol kesehatan yang diwajibkan 8. Sering mengadakan promo	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) 1. Kurangnya promosi yang dilakukan dimedia sosial 2. Kurangnya pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya 3. Kurang lengkap fasilitas 4. Kurangnya variasi pada produk 5. Penyajian makanan dan minuman dalam waktu yang lama
Peluang (<i>Opportunities</i>) 1. Berubahnya life style atau gaya hidup pada masyarakat 2. Memberikan variant baru 3. Berkembangnya pada usaha cafe 4. Lokasi yang berdekatan dengan pemukiman masyarakat 5. Memproduksi minuman dalam bentuk instan	Strategi S-O 1. Cafe You & Me harus mempertahankan kinerja pelayanan yang dimiliki agar dapat memenuhi kepuasan konsumen dengan mengikuti perkembangan <i>life style</i> pada konsumen. 2. Cafe You & Me harus meningkatkan kualitas produk dengan memperhatikan permintaan yang di inginkan oleh konsumen selama pandemi corona. 3. Cafe You & Me mempertahankan fasilitas dan protokol kesehatan agar konsumen nyaman saat menghabiskan waktu di cafe atau <i>nongkrong</i> selama masa pandemi 4. Melakukan promosi pada produk baik pembelian online ataupun offline dengan membuat cap setiap pembelian maka akan mendapatkan potongan harga	Strategi W-O 1. Cafe You & Me harus meningkatkan strategi pemasaran melalui media sosial dengan mengikuti perkembangan <i>life style</i> pada konsumen. 2. Meningkatkan variasi produk dengan mengikuti selera pada konsumen. 3. Meningkatkan fasilitas dan kinerja pekerja agar tidak kalah saing dengan pesaing pada usaha cafe.
Ancaman (<i>Threats</i>) 1. Banyaknya pesaing dengan bidang yang sama 2. Kenaikan harga pada bahan baku 3. Lokasi cafe yang berdekatan dengan pesaing 4. Diberlakukannya a PSBB.	Strategi S-T 1. Mempertahankan harga produk yang terjangkau agar cafe you & me tidak kalah saing dengan pesaingnya. 2. Cafe You & Me harus mampu mencari alternatif pada bahan baku saat harga mengalami kenaikan pada bahan baku. 3. Harus mempertahankan dalam memberikan harga promo agar para konsumen lebih tertarik dengan cafe you & me daripada pesaing lainnya.	Strategi W-T 1. Meningkatkan kinerja pada karyawan agar tidak kalah saing dengan pesaing dibidang yang sama. 2. Menciptakan varian baru pada produk dengan memperhatikan pesaing cafe lainnya.

Sumber : Diolah Penulis (2021)

2. Strategi Pemasaran Pada Cafe You & Me

Strategi pemasaran yang diterapkan pada Cafe You & Me selama masa pandemi corona agar dapat meningkatkan penjualan berdasarkan dengan hasil wawancara dengan Cafe You & Me yaitu sebagai berikut :

a. *Product* (produk)

Strategi produk yang digunakan oleh Cafe You & Me yaitu dengan memilih bahan baku yang berkualitas, mempertahankan citra rasa pada produknya,

menggunakan packaging yang menarik dan higienis apalagi ditengah pandemi seperti ini, serta menambah varian baru pada produknya.

b. Price (Harga)

Strategi harga yang digunakan oleh Cafe You & Me yaitu memilih harga yang relatif murah agar semua kalangan dapat menikmati produknya harga yang ditawarkan oleh Cafe You & Me kisaran Rp.17.000 – 30.000.

c. Place (tempat)

Strategi tempat yang digunakan oleh Cafe You & Me yaitu memilih lokasi yang strategis yang dekat dengan pemukiman masyarakat dan jalan raya sehingga mudah dijangkau oleh konsumen serta Cafe You & Me menyediakan tempat parkir yang cukup luas tanpa dipumut biaya.

d. Promotion (promosi)

Strategi promosi yang digunakan oleh Cafe You & Me yaitu dengan menggunakan media benner dan spanduk yang berada di depan cafe agar para pengguna jalan dapat melihatnya.

3. Upaya Cafe You & Me Dalam Meningkatkan Penjualan Selama Masa Pandemi Corona

Berdasarkan dari hasil analisis menggunakan analisis IE dilakukan oleh penulis maka strategi yang tepat untuk diterapkan pada Cafe You & Me selama masa pandemi corona adalah sebagai berikut :

a. Penetrasi Pasar

- Mempertahankan harga yang reltif murah tetapi harus tetap memperhatikan kualitas dan citra rasa produknya sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar serta dapat meningkatkan keuntungan.
- Lokasi Cafe You & Me yang strategis yang berada dekat dengan pemukiman masyarakat dan jalan raya dapat meningkatkan pangsa pasarnya.

b. Pengembangan pasar

- Dengan menambahkan saluran distribusi seperti membuka cabang didaerah yang ramai agar dapat dikenal oleh masyarakat.

- Melakukan promosi produknya menggunakan media sosial seperti instagram, facebook atau media sosial lainnya.

c. Pengembangan Produk dan Jasa

- Menambahkan SDM yang sesuai dengan bidangnya agar tidak terjadi keterlambatan dalam penyajian produk.
- Menambahkan makanan berat dan menambah menu baik makanan ataupun minuman yang sedang digemari oleh masyarakat agar dapat meningkatkan pangsa pasarnya.

d. Integrasi Kedepan

Pada Cafe You & Me sebenarnya tidak membutuhkan jalur distribusi karena Cafe You & Me menjualkan produknya langsung kepada konsumen sehingga strategi integrasi kedepan untuk Cafe You & Me tidak dapat diterapkan.

e. Integrasi Kebelakang

Pada Cafe You & Me menggunakan lebih dari satu pemasok karena bahan baku yang digunakan oleh Cafe You & Me berasal dari pemasok yang berbeda – beda seperti pemasok roti, telur, daging, kopi dan lainnya. Sehingga pada Cafe You & Me strategi integrasi kebelakang sulit digunakan untuk mengatur pemasok.

f. Integrasi Horizontal

Cafe You & Me dapat mengakuisi dengan cafe yang sejenis seperti Janji Jiwa karena memiliki kesamaan dengan pesaingnya agar dapat meningkatkan faktor kekuatan serta meningkatkan distribusi pada produk. Tetapi dalam melakukan hal ini membutuhkan biaya yang banyak sehingga untuk Cafe You & Me integrasi horizontal tidak terlalu dibutuhkan karena Cafe You & Me menjualkan produknya langsung kepada konsumennya, dengan demikian maka Cafe You & Me tidak membutuhkan saluran distribusi.

KESIMPULAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan dengan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan oleh penulis yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan dengan analisis faktor internal serta faktor eksternal pada Cafe You & Me menggunakan Matriks IFAS dan Matriks EFAS, maka dapat menghasilkan titik temu posisi pada Cafe You & Me yang didapatkan melalui hasil dari matriks IFAS yaitu 2,97 dan juga hasil dari matriks EFAS yaitu 3,08. Kemudian dapat mengetahui posisi pada matriks IE melalui titik temu tersebut, Cafe You & Me berada pada kuadran II yaitu dalam posisi pertumbuhan. Sehingga dapat dibuktikan dengan hasil diagram SWOT 4K yang berada pada posisi kuadran 1 yaitu sumbu X sebesar 1,33 serta sumbu Y terletak 1,96 dengan strategi pertumbuhan, yang menjelaskan bahwa cafe you & me memiliki kekuatan yang baik, sehingga dapat memanfaatkan dengan peluang yang dimilikinya.
2. Strategi pemasaran yang diterapkan pada cafe you & me yaitu meliputi bauran pemasaran product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi). Product (produk) ialah berupa coffe, non coffe, dan toast, menggunakan packaging yang praktis dan higienis, dan produk memiliki kualitas, Price (harga) yang ditawarkan cukup terjangkau yaitu kisaran harga Rp.18.000 hingga Rp.30.000, Place (tempat) lokasi cafe you & me sangat strategis karena lokasinya yang dekat dengan pemukiman masyarakat dan jalan raya, Promotion (promosi) promosi yang digunakan cafe you & me masih menggunakan cara yang sederhana ialah spanduk dan benner.
3. Berdasarkan dengan hasil analisi matriks IE maka strategi yang disarankan untuk diterapkan cafe you & me maka yaitu menggunakan strategi intensif yang terdiri dari penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk dan jasa.

b. Saran

Berdasarkan dengan kesimpulan diatas, maka dari hasil penelitian ini memiliki implikasi adalah, sebagai berikut :

1. Pemilik Cafe You & Me harus memanfaatkan media sosial seperti instagram, facebook atau media sosial lainnya untuk melakukan promosi penjualan produknya supaya dapat meraih pangsa pasar yang besar
2. Cafe You & Me harus memperkerjakan anak – anak muda agar dapat menarik para konsumen, menambah fasilitas wifi serta mengadakan acara seperti live musik setiap pada malam minggu sehingga dapat menarik para konsumen dan meningkatkan penjualan.
3. Cafe You & Me harus merubah strategi yang sudah ada untuk menjadi lebih baik lagi terutama pada pemasaran serta menambah variasi menu agar lebih menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Fachriza, F. I., & Moeliono, N. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 139–148. <https://doi.org/10.31311/JECO.V1I2.1332>
- Faruq, M. A., & Usman, I. (2016). Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 7(3), 173–198. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v7i3.2710>
- Hamid, A., & Zubair, M. K. (2019). Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 16–34. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1037>
- Ibrahim, A. (2016). Analisis Implementasi Manajemen Kualitas dari Kinerja Operasional pada Industri Ekstraktif di Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA*, 4(2), 859–869. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/13279/12864>
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 4(2), 921. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i2.250>
- Munawar, S., & Nurhakim, L. (2010). *Analisis Perumusan Strategi Pada Unit Bisnis Perusahaan Umum Perhutani Garut*.
- Nourlette, R. R., & Hati, S. W. (2017). Determination of Strategy with Analysis Approach in Business Competition. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 5(1), 82.
- Rusidi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 49–54.

- Sastika, Y. P. & W. (2019). Usulan Strategi Pemasraan Pada PT Gunung Amal Solution International Dengan Menggunakan Analisis SWOT Matriks IFAS EFAS Tahun 2019. *E-Proceeding of Applied Science*, 5(22), 909–918.
- Sugianto, C. A., & Hongdiyanto, C. (2017). Perumusan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode QSPM Pada Bisnis Sambal Noesantara. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2(1), 106–115.
- Yulita, Y., & Gunawan, C. I. (2019). Model Strategi Manajemen Kebijakan Publik Sektor Pasar Tradisional Untuk Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 7(1), 37. <https://doi.org/10.33366/ref.v7i1.1348>