

## STRATEGI BISNIS “CERET KITA BY SHILOZ”

### INTISARI

Ceret Kita by Shiloz merupakan bisnis baru yang berada dalam persaingan kompetitif. Persaingan menuntut kedai kopi untuk memiliki strategi dalam memenangkan pasar. Hal tersebut membuat kedai kopi ini perlu merumuskan strategi khusus yang unik sehingga mampu mempertahankan dan mengembangkan kedai kopi. Oleh karena itu perlu menganalisis kondisi internal dan eksternal guna mengetahui faktor kunci keberhasilan dan menggunakannya untuk merumuskan strategi serta berupaya memberikan rekomendasi prioritas strategi dalam menghadapi persaingan.

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi. Analisis tersebut terbagi menjadi analisis internal dan eksternal kedai kopi. Analisis internal meliputi aspek pemasaran, keuangan, operasional dan sumber daya manusia. Analisis eksternal menggunakan pendekatan *Porter's Five Forces Analysis* dan PEST. Hasil dari analisis yang dilakukan berupa faktor kunci keberhasilan yang kemudian dirangkum dalam matriks IFAS dan EFAS yang digunakan sebagai dasar penyusunan strategi alternatif melalui matriks TOWS/SWOT serta rekomendasi strategi dengan diagram analisis SWOT.

Berdasarkan dari analisis yang telah dilakukan terdapat faktor kunci keberhasilan yang berupa harga produk yang kompetitif, lokasi yang strategis, kelengkapan fasilitas dan *event* nonton bareng dan faktor yang perlu diperbaiki diantaranya belum memanfaatkan media sosial secara maksimal, produk mudah ditiru dan pengelolaan kurang optimal sehingga dapat digunakan dalam mengambil peluang dan meminimalkan ancaman. Strategi yang terbentuk dari kombinasi faktor tersebut diantaranya terbagi menjadi strategi SO, WO, ST dan WT. Adapun strategi yang menjadi rekomendasi sesuai dengan kondisi kedai kopi yaitu strategi SO yaitu berupa *special event* yang lebih luas dan/atau promosi melalui akun penyedia jasa iklan di Instagram/*influencer*.

Kata Kunci: Strategi, Analisis SWOT, IFAS & EFAS, Matriks TOWS, Diagram analisis SWOT

---

## **BUSINESS STRATEGY “CERET KITA BY SHILOZ”**

### **ABSTRACT**

Ceret Kita by Shiloz is a new business that is in a competitive environment. Competition requires coffee shops to have a strategy to win the market. This makes coffee shop need to formulate a unique special strategy so that it can maintain and develop the coffee shop. Therefore, it is necessary to analyse internal and external conditions to determine the key success factors and use them to formulate strategies and attempt to provide recommendations for strategic priorities in facing competition.

This research uses SWOT analysis as the basis for strategy formulation. The analysis was divided into internal and external analyses of the coffee shop. The internal analysis included aspect of marketing, finance, operations and human resources. External analysis carried out in the form of key success factors which are then summarised in the IFAS and EFAS matrix which are used as the basis for preparing alternative strategies through the TOWS/SWOT matrix and strategy recommendations with a SWOT analysis diagram.

Based on the analysis that has been carried out, there are key success factors in the form of competitive product prices, strategic locations, complete facilities and watching events together and factors that need to be improved including not utilizing social media to the fullest, products are easy to imitate and management is not optimal so that it can be used in taking opportunities and minimizing threats. The strategies formed from the combination of these factors are divided into SO, WO, ST and WT strategies. The strategy that is recommended according to the condition of the coffee shop is the SO strategy, namely in the form of a wider special event and/or promotion through an advertising service provider account on Instagram/Influencer.

**Keyword:** Strategy, SWOT Analysis, IFAS & EFAS, TOWS Matrix, SWOT Analysis Diagram

---