

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CAFETARIA MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT

Muhammad Kemal¹, Markoni Badri², Yusleli Herawati³, Mahmud Junianto^{4*)}
^{1,2,3,4}Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang, Sumatera Selatan
E-mail koresponden : mahmud.junianto@polsri.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the business development strategy of Cafetaria Koperasi Wanita Keluarga Pusri (KWKP) using the SWOT method. The analysis involves identifying the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by Cafetaria KWKP. The results indicate that an appropriate development strategy includes improving product quality, diversifying the menu, and utilizing technology for operational efficiency and marketing. The main strengths of Cafetaria KWKP are high product quality and a good reputation among loyal customers. Weaknesses that need to be addressed include short product shelf life and the need for improved packaging. Opportunities that can be leveraged include consumer trends towards health and nutrition, as well as the use of new technologies in production and marketing. Threats to be aware of include fluctuations in raw material prices and competition from similar businesses. With the right strategy, Cafetaria KWKP can enhance its competitiveness and attract more customers

Keyword: Business Development Strategy, SWOT, Cafetaria KWKP, Digital Entrepreneurship

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha Cafetaria Koperasi Wanita Keluarga Pusri (KWKP) dengan menggunakan metode SWOT. Analisis ini melibatkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Cafetaria KWKP. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang tepat meliputi peningkatan kualitas produk, diversifikasi menu, dan pemanfaatan teknologi untuk efisiensi operasional dan pemasaran. Kekuatan utama Cafetaria KWKP adalah kualitas produk yang tinggi dan reputasi yang baik di kalangan pelanggan. Kelemahan yang perlu diatasi termasuk umur simpan produk yang pendek dan kebutuhan pengembangan kemasan. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi tren konsumen yang lebih memperhatikan kesehatan dan nutrisi serta penggunaan teknologi baru dalam produksi dan pemasaran. Ancaman yang perlu diwaspadai termasuk fluktuasi harga bahan baku dan persaingan dari usaha sejenis. Dengan strategi yang tepat, Cafetaria KWKP dapat meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak pelanggan

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, SWOT, Cafetaria KWKP, Kewirausahaan Digital

PENDAHULUAN**A. Latar Belakang**

Koperasi adalah jenis usaha yang dibentuk dengan tujuan memberikan keuntungan dan kesejahteraan bagi anggotanya, terutama dalam hal ekonomi. Koperasi dibentuk dengan prinsip kekeluargaan, sehingga anggota koperasi menjadi prioritas utama. Koperasi juga merupakan bagian dari gerakan ekonomi rakyat yang bertujuan untuk memberikan manfaat bagi anggotanya (Adillah, 2022).

Koperasi merupakan entitas hukum yang dibentuk oleh individu atau badan hukum koperasi, dimana kekayaan para anggotanya dipisahkan sebagai modal untuk berusaha. Tujuan koperasi ini adalah untuk memajukan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat secara menyeluruh, melebihi sekedar fungsi sebagai lembaga simpan pinjam (Area, 2015). Definisi koperasi juga dijelaskan dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian. Menurut Pasal 1 UU tersebut, koperasi adalah badan usaha yang didirikan oleh individu atau badan hukum dan

didasarkan pada prinsip-prinsip dasar koperasi.

Koperasi memiliki peran yang positif dalam pembangunan nasional Indonesia, baik secara langsung maupun tidak langsung. Koperasi membantu meningkatkan kemajuan ekonomi anggotanya dan masyarakat secara umum, sesuai dengan tujuan koperasi untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat serta berkontribusi dalam pembangunan ekonomi nasional. Meskipun mencari keuntungan bukan prioritas utama koperasi, namun koperasi harus tetap menghasilkan pendapatan yang memadai untuk menjaga keberlangsungan anggota dan meningkatkan kapasitas usaha, bukan untuk mencari kekayaan semata. Sehingga, pada akhir periode, koperasi diharapkan dapat menghasilkan Sisa Hasil Usaha. Oleh karena itu, koperasi dianggap penting dalam perkembangan suatu negara, selain faktor-faktor lainnya (Nur Aini, 2016).

Melalui kegiatan koperasi juga dapat dilakukannya pemberdayaan perempuan. Peran koperasi sangat signifikan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat, termasuk perempuan, melalui pemberdayaan ekonomi dan sosial (Baehaqi, 2023). Koperasi telah menjadi salah satu pilar ekonomi bangsa, sehingga menjadi opsi yang tepat bagi perempuan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga dan kelompok mereka. Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk melindungi koperasi dari berbagai hambatan dan membangun jaringan yang kuat, sehingga koperasi dan anggotanya dapat hidup dalam keadaan sejahtera. Koperasi wanita pada awalnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan memberdayakan kaum perempuan. Oleh karena itu, koperasi wanita dapat menjadi tempat bagi perempuan untuk membangun perekonomian yang meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup mereka (Devanty & Saskara, 2017).

Salah satu bentuk Koperasi Wanita adalah Koperasi Wanita Keluarga Pusri (KWKP) Palembang. KWKP didirikan pada tanggal 17 November 1981 oleh ibu Endang Wardijoso, yang saat itu menjabat sebagai ketua sub unit organisasi Dharma Wanita PT Pusri. KWKP merupakan koperasi milik Dharma Wanita PT

Pusri, dengan badan hukum No: 002227/BH/XX/21.Nop.1981. Saat ini, KWKP beroperasi di Jl. Kacapiring No.11 Komplek PT Pusri, Palembang, dan memiliki berbagai unit usaha seperti konfeksi, konsumsi, umum, kerajinan, jasaboga, cafeteria, dan simpan-pinjam. Salah satu bentuk unit usaha di KWKP yaitu Cafeteria KWKP yang menyediakan aneka sarapan pagi, makan siang, aneka roti dan kue, aneka makanan tradisional Palembang, serta menerima pesanan custom sesuai permintaan pelanggan seperti nasi tumpeng dan kue ulang tahun. Setiap Badan Usaha pasti ingin mengetahui perkembangan dan pertumbuhan usahanya, begitupun juga KWKP khususnya bagian Cafeteria, dimana saat ini banyak berkembangnya rumah makan atau usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) akan menghasilkan persaingan yang ketat. Parapengusaha berusaha mencari strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk menarik dan memuaskan pelanggan.

Persaingan di UMKM membutuhkan pemilik usaha yang memiliki visi, misi, dan tujuan yang jelas untuk mempromosikan produk mereka dengan cara yang mudah diingat, berbeda, dan unik di mata pelanggan. Hal ini tidaklah mudah karena banyaknya pesaing yang memiliki masalah yang serupa. Persaingan di pasar menyebabkan konsumen cenderung berubah-ubah, sehingga pelaku usaha harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan keinginan konsumen secara terus-menerus. Hal ini menuntut cafeteria KWKP untuk menonjolkan keunggulan mereka dan berusaha memuaskan pelanggan di bidang kuliner. Kondisi ini memberikan konsumen banyak pilihan alternatif produk, namun bagi produsen, hal ini menjadi ancaman karena persaingan semakin ketat. Pelanggan merupakan pemangku kepentingan (stakeholder) penting bagi Cafeteria KWKP karena mereka adalah sumber pendapatan yang signifikan. Salah satu cara untuk menarik minat pelanggan adalah melalui promosi, yang merupakan kegiatan untuk menginformasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membelinya. Tujuan promosi adalah memberitahu

masyarakat tentang produk, kelebihan, harga, lokasi, dan cara memperolehnya.

Sebelum penelitian ini dilakukan, telah ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan. Berdasarkan penelitian Pinasthi dan Rahmawati (2024) terkait Strategi Pengembangan Pada Rumah Kreatif Sleman Terhadap UMKM dalam Menghadapi Era Digital menyatakan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh Rumah Kreatif Sleman sudah cukup baik yaitu dengan memberikan pemasaran pelatihan digital dan pelatihan foto produk, memberikan tenaga pendamping atau coach profesional, serta mengembangkan website. Selain itu terdapat penelitian lainnya berjudul Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sentra Batik Bangkalan dalam Perspektif Ekonomi Islam yang dilakukan oleh Anam dan Qadariyah (2024) dengan hasil penelitian menjelaskan bahwa UMKM di Sentra Batik memiliki beberapa aspek kelembahan, peluang, dan ancaman, terkait hal tersebut alternatif strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha adalah memanfaatkan pasar sebagai tempat distribusi promosi secara langsung, memanfaatkan media social dan marketplace untuk memasarkan secara online, memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan pemasaran online secara rutin, berpartisipasi dalam pameran, dan menjalin kerja sama antara pengusaha dan supplier bahan baku.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian SWOT di mana Analisis SWOT merupakan proses identifikasi faktor-faktor berbagai aspek secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan ini berlandaskan pada logika yang bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), sambil secara simultan mengurangi kelemahan (weaknesses) dan menghadapi ancaman (threats). Kekuatan merujuk pada kelebihan atau keahlian yang membuat suatu usaha lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Kelemahan adalah faktor-faktor yang mungkin menjadi hambatan jika tidak ditangani dengan baik. Peluang adalah situasi yang dapat

dimanfaatkan untuk mengembangkan entitas tersebut. Ancaman adalah faktor-faktor yang berpotensi mengganggu kelangsungan atau kesuksesan entitas tersebut (Rahman dkk, 2023).

Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak dalam bidang food and bavarage seperti Cafeteria KWKP pada umumnya memiliki kekuatan (strengths) antara lain dari segi kualitas makanan, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi seperti penggunaan vakum untuk memperpanjang umur simpan makanan, dan kemampuan untuk membuat produk yang unik dan menarik (Wibowo, 2010). Adapun untuk kelemahan (weakness) sendiri yang biasa dialami pada umumnya yaitu umur simpan produk makanan yang pendek, kebutuhan pengembangan kemasan produk yang sesuai dengan pasar modern, dan pengembangan kreatifitas (Sibuea dkk, 2022). Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Cafeteria KWKP sendiri antara lain dalam pemanfaatan teknologi, baik dalam proses produksi hingga promosi. Selain itu, hal yang dapat menjadi ancaman bagi Cafeteria KWKP dapat berupa harga bahan baku yang mungkin dapat memengaruhi harga jual dan kemampuan usaha, ketersediaan tenaga kerja, dan perkembangan teknologi (Yaqin, 2021).

Keputusan strategi selalu terkait dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Oleh karena itu, perencana strategis (strategic planner) perlu melakukan analisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam konteks kondisi saat ini, yang dikenal sebagai Analisis Situasi. Salah satu model yang paling umum digunakan untuk melakukan analisis situasi ini adalah Analisis SWOT (Maknun dkk., 2024). Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis ingin mengetahui lebih dalam tentang Strategi Pengembangan Usaha Cafeteria KWKP dengan menggunakan metode SWOT, sehingga penulis tertarik untuk Menyusun laporan akhir dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Cafeteria Koperasi Wanita Keluarga Pusri (KWKP) Menggunakan Metode SWOT”.

TINJAUAN PUSTAKA**A. Kajian Teoritis****Definisi Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah suatu metode analisis yang diperkenalkan oleh Albert Humphrey pada dekade 1960-1970. Singkatan SWOT mengacu pada kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats). Rangkuti (2016) menyatakan bahwa analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Metode ini bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), sekaligus meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Adapun menurut Suriono (2021) analisis SWOT merupakan pendekatan strategis untuk mengatasi tantangan dalam konteks pendidikan dengan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan dari faktor internal, serta peluang dan hambatan yang berasal dari lingkungan eksternal. Dari kedua pernyataan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa analisis SWOT merupakan suatu metode sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan atau mengatasi tantangan dalam berbagai konteks, untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Unsur-unsur Analisis Swot

Ranngkuti (2006) menyebutkan terdapat beberapa unsur-unsur dalam analisis SWOT antara lain sebagai berikut.

- a. Strengths (kekuatan) merupakan faktor internal yang memberikan dukungan pada perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Faktor ini mencakup sumber daya atau

kemampuan yang dapat dikelola atau dimiliki oleh perusahaan, memberikan keunggulan relatif dibandingkan dengan pesaing dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

- b. Weakness (kelemahan) merujuk pada kondisi yang menimbulkan kelemahan atau kekurangan dalam suatu perusahaan. Khususnya, kekurangan ini terjadi pada aspek internal perusahaan, sehingga aktivitas perusahaan tidak dapat dilaksanakan secara optimal.
- c. Opportunities (peluang) merujuk pada faktor-faktor positif dari lingkungan eksternal atau luar yang dapat diartikan sebagai setiap situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan atau unit bisnis. Situasi lingkungan tersebut melibatkan perubahan dalam kondisi pesaing, hubungan positif antara pembeli atau konsumen, hubungan yang harmonis dengan pemasok, tren penting dalam penggunaan produk, dan identifikasi segmen pasar yang belum mendapat perhatian.
- d. Threats (ancaman) adalah kondisi eksternal yang menghambat kinerja suatu perusahaan. Ancaman ini umumnya memiliki dampak merugikan bagi perusahaan, dan jika tidak ditangani, dapat berdampak jangka panjang, menghalangi pencapaian visi dan misi perusahaan.

Tujuan Analisis SWOT

Penerapan SWOT dalam sebuah perusahaan dimaksudkan untuk memberikan arahan agar perusahaan

dapat lebih terfokus. Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat memiliki pandangan yang digunakan sebagai perbandingan dari berbagai sudut pandang, mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mungkin timbul di masa mendatang (Hanifah, 2023). Dengan melakukan analisis SWOT, perusahaan dapat mengenali faktor-faktor yang memengaruhi mereka, baik positif maupun negatif, yang berasal dari kondisi internal maupun eksternal. Fungsi utama dari SWOT adalah membantu meningkatkan pemahaman terhadap semua faktor yang dapat memengaruhi perencanaan strategi dan pengambilan keputusan. Tujuan ini dapat diterapkan dalam berbagai aspek industri.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif melibatkan analisis dan interpretasi fakta, gejala, dan peristiwa, yang kemudian menjadi subjek kajian untuk tindak lanjut (Nasution, 2023). Lokasi penelitian bertempat di Cafeteria Koperasi Wanita Keluarga Pusri (KWKP). Data pada penelitian dikumpulkan dengan teknik wawancara dan observasi. Wawancara

dilakukan kepada karyawan dan pengurus cafeteria KWKP. Sedangkan observasi penelitian ini menerapkan metode observasi non-partisipatif, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan yang diamati di cafeteria KWKP. Setelah melalui tahapan observasi dan wawancara, data-data tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats Cafeteria KWKP yang akan digunakan untuk menyusun matriks SWOT. Matriks SWOT adalah alat yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (strengths-opportunities), WO (weakness-opportunities), ST (strengths-threats), dan WT (weaknesses-threats).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan observasi dan wawancara, maka dibentuk analisis SWOT yang dalam hal ini akan menggambarkan situasi dan kondisi usaha yang sedang dijalankan serta strategi-strategi apa saja yang tentu harus ditetapkan dan diterapkan dalam menjalankan usaha tersebut dengan suatu matriks SWOT. Adapun hasil analisis SWOT dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil analisis SWOT

Strenght	Weakness
• penggunaan bahan baku berkualitas tinggi • mengikuti tender yang diadakan oleh PT. Pusri Palembang, yang menghasilkan kontrak tahunan • setiap aspek kegiatan di Cafeteria KWKP dapat dikelola dengan baik, dan tanggung jawab dibagi secara jelas di antara anggota tim • pemasukan dan pengeluaran keuangan dilakukan secara rutin dan terorganisir	• keterbatasan dalam upaya pemasaran yang lebih luas terlihat jelas. • kebutuhan untuk lebih banyak pelatihan atau peningkatan keterampilan yang lebih intensif untuk karyawan • proses verifikasi pembayaran (income) yang memakan waktu dua hingga tiga bulan

Opportunity	Threats
• Penggunaan teknologi baru dalam industri makanan yang dapat meningkatkan efisiensi proses produksi • potensi digitalisasi pemasaran yang belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh Cafeteria KWKP • pendidikan dan pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan kompetensi dan keterampilan karyawan • mendiversifikasi sumber pendapatan melalui layanan catering atau kemitraan dengan usaha lain	• keterlambatan pengiriman bahan baku dari supplier • kompetisi yang semakin ketat di industri kuliner • kesulitan dalam merekrut dan mempertahankan tenaga kerja yang berkualitas dapat menjadi ancaman serius bagi operasional SDM di Cafeteria KWKP • dampak negatif dari peningkatan biaya operasional terhadap profitabilitas dan kelangsungan finansial

Setelah mengetahui strength (Kekuatan), weakness (ancaman), opportunity (peluang), threat (ancaman) yang ada pada UMKM desa wisata Kaliputu Kudus, maka langkah selanjutnya adalah menyusun matriks SWOT. Matriks SWOT adalah alat yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (strengths-opportunities), WO (weakness-opportunities), ST (strengths-threats), dan WT (weakness-threats). Berikut ini adalah hasil analisis SWOT yang mencakup alternatif yang dihasilkan dari kombinasi S-O, S-T, W-O, dan W-T.

1. Strategi S-O (Strengths-Opportunities)

Strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan internal guna meraih dan memanfaatkan peluang eksternal secara optimal.

a. Mempertahankan pelanggan setia.

Menyediakan program loyalitas seperti diskon untuk pelanggan tetap atau sistem poin. Program loyalitas dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta menarik lebih banyak pelanggan baru melalui rekomendasi dari pelanggan tetap. Menurut penelitian, program loyalitas dapat meningkatkan retensi

pelanggan dan pendapatan (Liu, 2017).

b. Meningkatkan penggunaan

penggunaan pembayaran non-tunai seperti QRIS
Mengimplementasikan sistem pembayaran non-tunai seperti QRIS untuk memudahkan transaksi dan meningkatkan efisiensi operasional. Pembayaran non-tunai juga meminimalisir risiko kesalahan hitung dan kehilangan uang tunai. Studi menunjukkan bahwa penggunaan teknologi pembayaran non-tunai dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional (Shin & Lee, 2018).

c. Pencatatan keuangan terperinci

Melakukan pencatatan keuangan yang detail dan rutin untuk memantau arus kas dan keuangan perusahaan. Hal ini membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih tepat dan mengidentifikasi area yang membutuhkan perbaikan. Penelitian mengindikasikan bahwa pencatatan keuangan yang baik sangat penting untuk keberlanjutan bisnis kecil dan menengah (Olawale & Garwe, 2017).

- d. Mengembangkan menu baru berdasarkan tren pasar
Menggunakan kemampuan inovasi produk dan pemahaman terhadap preferensi konsumen untuk memperkenalkan variasi menu yang menarik lebih banyak pelanggan dan memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang.

2. Strategi S-T (Strengths-Threats)

Strategi ini menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal.

- a. Diversifikasi produk
Menambahkan variasi menu sesuai dengan tren konsumen seperti makanan sehat dan organik. Diversifikasi produk menarik lebih banyak pelanggan dan mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk. Penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi produk dapat meningkatkan daya saing dan kelangsungan bisnis (Ghoshal, 2017).
- b. Peningkatan keamanan dan kesehatan kerja
Meningkatkan protokol kesehatan dan keselamatan di tempat kerja untuk melindungi karyawan dan pelanggan. Hal ini termasuk pelatihan kebersihan dan keamanan kerja. Penelitian menyarankan bahwa protokol kesehatan yang baik dapat mengurangi risiko dan meningkatkan kepercayaan pelanggan (Chen et al., 2017).
- c. Kemitraan strategis dengan pemasok
Membangun kemitraan strategis dengan pemasok lokal untuk memastikan kualitas dan ketersediaan bahan baku. Kemitraan ini juga membuka peluang untuk mendapatkan harga yang lebih kompetitif dan stabilitas pasokan. Penelitian menunjukkan bahwa kemitraan strategis dengan pemasok dapat meningkatkan efisiensi dan

keberlanjutan pasokan (Chen et al., 2017).

3. Strategi W-O (Weakness-Opportunities) Strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan peluang eksternal guna mengatasi kelemahan internal.
 - a. Peningkatan kualitas pelayanan
Melakukan pelatihan berkala untuk karyawan guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan. Studi menunjukkan bahwa pelatihan karyawan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Zeithaml et al., 2017).
 - b. Pemanfaatan teknologi informasi
Menggunakan software manajemen untuk membantu dalam pencatatan keuangan, inventaris, dan operasional sehari-hari. Teknologi informasi membantu efisiensi operasional dan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan akurat. Penelitian menyarankan bahwa penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas bisnis (Johnson et al., 2017).
 - c. Pemasaran digital
Menggunakan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan produk dan layanan. Pemasaran digital dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik lebih banyak pelanggan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pemasaran tradisional. Studi menunjukkan bahwa pemasaran digital efektif dalam menjangkau pelanggan baru dan

meningkatkan penjualan (Kotler & Keller, 2017).

4. Strategi W-T (Weaknesses-Threats) Strategi ini berfokus pada tindakan defensif untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman eksternal.

- a. Penguatan struktur organisasi. Melakukan perbaikan struktur organisasi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan responsivitas terhadap perubahan pasar. Struktur yang jelas membantu dalam pengambilan keputusan yang cepat dan tepat. Penelitian menunjukkan bahwa struktur organisasi yang baik dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional (Hill et al., 2017).
- b. Pengembangan rencana darurat. Mengembangkan rencana darurat untuk menghadapi situasi darurat atau perubahan yang tidak terduga. Kebijakan ini memastikan bahwa perusahaan siap menghadapi berbagai skenario yang mungkin terjadi. Studi menunjukkan bahwa rencana darurat penting untuk mengurangi dampak risiko dan ancaman (Teece, 2017).
- c. Audit rutin dan penilaian kerja. Melakukan audit keuangan dan operasional secara rutin untuk memastikan semua proses berjalan sesuai rencana dan tidak ada kebocoran. Penilaian kinerja juga penting untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Penelitian menunjukkan bahwa audit rutin dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam bisnis (Brigham & Ehrhardt, 2017).

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini telah mengidentifikasi dan menganalisis strategi pengembangan usaha Cafetaria Koperasi Wanita Keluarga Pusri (KWKP) menggunakan metode SWOT. Beberapa kesimpulan dapat ditarik untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan. Strategi pengembangan usaha pada Cafetaria KWKP yang tepat melibatkan peningkatan kualitas produk, diversifikasi menu, dan pemanfaatan teknologi untuk efisiensi operasional dan pemasaran. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak pelanggan melalui inovasi dan peningkatan pelayanan. Selain itu, pengembangan kemasan produk yang menarik dan strategi pemasaran yang efektif, seperti pemanfaatan media sosial dan platform digital, sangat penting untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Analisis SWOT mengungkapkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Cafetaria KWKP. Kekuatan utama mencakup kualitas produk dan reputasi yang baik di kalangan pelanggan setia. Namun, kelemahan yang perlu diatasi termasuk umur simpan produk yang pendek dan kebutuhan akan peningkatan kemasan. Peluang yang dapat dimanfaatkan termasuk tren konsumen yang lebih memperhatikan kesehatan dan nutrisi, serta penggunaan teknologi baru dalam produksi dan pemasaran. Ancaman yang perlu diwaspadai meliputi fluktuasi harga bahan baku dan persaingan dari usaha sejenis.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas, beberapa saran strategis dapat diberikan untuk pengembangan usaha Cafetaria KWKP

1. Untuk meningkatkan kualitas produk dan diversifikasi menu, Cafetaria KWKP perlu terus mengembangkan menu baru yang

mengikuti tren kesehatan dan nutrisi yang sedang populer.

2. Cafetaria KWKP perlu memanfaatkan teknologi secara efektif. Melalui digital marketing, seperti menggunakan platform media sosial Facebook dan Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliah, A. (2022). Pengertian Koperasi, Koperasi Syariah, dan UMKM. Makassar: Rumah Jurnal UIN Alauddin
- Arif, M. E., & Anggraeni, R. (2023). Strategi Bisnis. Universitas Brawijaya Press.
- Arif, M. E., & Anggraeni, R. (2023). Strategi Bisnis. Universitas Brawijaya Press.
- Baehaqi Syamsu, N. (2023). Peran Koperasi Sebagai Lembaga Pemberdayaan Dalam Meningkatkan Taraf Hidup Masyarakat. Jurnal Sosial Teknologi.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2017). Financial Management: Theory & Practice. Cengage Learning.
- Chen, M. H., Chang, Y. Y., & Hung, S. C. (2017). Influence of Technological Attributes and Environmental Factors on Technology Commercialization. *Journal of Business Research*, 85, 1-9.
- Devanty, C. P., & Saskara, I. A. N. (2017). Peran Koperasi Wanita dalam upaya pemberdayaan perempuan pada koperasi wanita di Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 6(4), 165326.
- Ghoshal, S. (2017). Strategic Advantage Through Diversification. *Harvard Business Review*.
- Hanifah, Hana. (2023). Penerapan Analisis SWOT Dan Analisis Soar Sebagai Strategi Pengembangan Produk Pada Usaha Angkringan Mbah Ao Tanjung Purwokerto Selatan. Skripsi. UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Hanifah, Hana. (2023). Penerapan Analisis SWOT Dan Analisis Soar Sebagai Strategi Pengembangan Produk Pada Usaha Angkringan Mbah Ao Tanjung Purwokerto Selatan. Skripsi. UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2017). Strategic Management Theory: An Integrated Approach. Cengage Learning.
- Johnson, G., Whittington, R., & Scholes, K. (2017). Exploring Strategy: Text and Cases. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.
- Liu, Y. (2017). Customer Loyalty Programs: Are They Effective?. *Journal of Retailing*, 93(2), 158-175.
- Maknun, M. H., & Anam, A. K. (2024). Analisis Strategi Pengelolaan Bank Sampah Sebagai Upaya Menambah Pendapatan Pondok Pesantren menggunakan Analisis SWOT. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 4(8), 509-517.
- Nur' Aini, Siti. (2016) Analisis Tingkat Kesehatan Koperasi Pada Koperasi Wanita Keluarga Pusri (Kwkp) Palembang. Skripsi. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya
- Olawale, F., & Garwe, D. (2017). Obstacles to the Growth of New SMEs in South Africa: A Principal Component

- Analysis Approach. *African Journal of Business Management*, 7(3), 142-152.
- Pinasthi, P. E., & Rahmawati, A. (2024). Strategi Pengembangan Pada Rumah Kreatif Sleman Terhadap UMKM Dalam Menghadapi Era Digital. In *International Conference on Humanity Education and Society (ICHES)* (Vol. 3, No. 1)
- Rahman, K.G., Rachma, N., & Marlinah, A. (2023). Analisis SWOT dan Keuangan UMKM dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Masyarakat. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*
- Rangkuti, F. (2016). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2016). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Shin, D. H., & Lee, S. M. (2018). User Experience in the E-payment: A Case Study of Korea. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(2), 10-25.
- Sibuea, E. N. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Pada Indomaret Griya Piayu Di Kota Batam. Doctoral dissertation, Prodi Manajemen.
- Suharyani, Y. D., & Djumarno, D. (2023). Perencanaan Strategis Dan Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(2), 767-778.
- Suharyani, Y. D., & Djumarno, D. (2023). Perencanaan Strategis Dan Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(2), 767-778.
- Suriono, Z. (2021). Analisis SWOT dalam Identifikasi Mutu Pendidikan. *ALACRITY: Journal of Education*, 94-103.
- Suriono, Z. (2021). Analisis SWOT dalam Identifikasi Mutu Pendidikan. *ALACRITY: Journal of Education*, 94-103.
- Teece, D. J. (2017). Dynamic Capabilities and Entrepreneurial Management in Large Organizations: Toward a Theory of the (Entrepreneurial) Firm. *European Economic Review*, 86(4), 202-216.
- Yaqin A.A. (2021). Analisis SWOT dalam Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Rumahan di UD. Sumber Abadai Tanggulangin. *JISO: Journal of Industrial and Systems Optimization*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill.
-