E-ISSN: 3047-941X
Halaman 11 - 25
Volume 3 Nomor 3 Tahun 2026

Analisis Swot Pada Ukm “Tanggal Merah Coffee & Eatery”

Boston Manurung[1], Syifa Azkia Khalisa [2], Ani Aulia Darma[3]
Aflah Zakinov Irta[4]

[1234]Departemen Psikologi, Universitas Negeri Padang e-mail:bostonmanurung4@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal serta merumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi UKM Tanggal Merah Coffee & Eatery di Kota Bukittinggi melalui analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities,* dan *Threats*). Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dengan pemilik usaha dan pelanggan, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama UKM Tanggal Merah Coffee & Eatery meliputi lokasi yang strategis, desain kafe yang menarik, harga yang terjangkau, pelayanan yang cepat, serta adanya fasilitas *photobox* dan *live music* sebagai daya tarik. Kelemahan yang ditemukan meliputi kurang optimalnya promosi dan *branding*, inovasi menu yang masih terbatas, jumlah karyawan yang sedikit, serta kendala akses menuju kafe pada waktu tertentu. Peluang yang dimiliki berasal dari meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk kopi, lokasi usaha yang strategis, serta peluang pengembangan inovasi menu. Sementara itu, ancaman yang dihadapi meliputi meningkatnya jumlah pesaing, perubahan tren konsumsi, dan tingginya sensitivitas konsumen terhadap harga. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang direkomendasikan adalah memperkuat promosi digital, mengembangkan inovasi produk, meningkatkan kualitas pelayanan, memanfaatkan keunggulan fasilitas sebagai diferensiasi, serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan mendukung keberlanjutan usaha Tanggal Merah Coffee & Eatery di tengah persaingan industri *coffee shop* yang semakin kompetitif.

Kata kunci: analisis SWOT, strategi pemasaran, UKM, *coffee shop*, daya saing.

E-ISSN: 3047-941X
Halaman 11 - 25
Volume 3 Nomor 3 Tahun 2026

Abstract

This study aims to analyze the internal and external conditions and formulate appropriate marketing strategies for Tanggal Merah Coffee & Eatery SME in Bukittinggi City using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) analysis approach. This research employed a descriptive qualitative method. Data were collected through observations, interviews with the business owner and customers, and documentation. The findings reveal that the main strengths of Tanggal Merah Coffee & Eatery include its strategic location, attractive café design, affordable prices, fast service, and unique facilities such as a photobooth and live music performances. Meanwhile, its weaknesses include limited promotional and branding activities, a lack of menu innovation, a limited number of employees, and accessibility issues during certain events. The opportunities identified include the increasing demand for coffee beverages, the café's strategic location, and the potential for menu innovation. On the other hand, the business faces several threats, including the emergence of new competitors, changing consumer trends, and customers' sensitivity to price. Based on the SWOT analysis, the recommended strategies include strengthening digital marketing through social media, developing innovative menu offerings, improving service quality, leveraging the café's unique facilities as a competitive advantage, and enhancing human resource capabilities. The implementation of these strategies is expected to improve the competitiveness and sustainability of Tanggal Merah Coffee & Eatery in the increasingly competitive coffee shop industry.

Keywords: *SWOT analysis, marketing strategy, small and medium enterprises (SMEs), coffee shop, competitiveness*

LATAR BELAKANG

Usaha dibidang kuliner yang berfokus pada penjualan minuman merupakan salah satu sektor usaha yang mengalami perkembangan pesat di era modern. Perubahan gaya hidup masyarakat terutama pada kalangan remaja dan dewasa muda, menjadikan *coffe shop* tidak lagi sekedar untuk tempat menikmati kopi saja, tetapi juga menjai ruang untuk,belajar, berdiskusi, maupun bersosialisasi. Menurut Kotler dan Keller (2016), perubahan perilau konsumen mengharuskan para pelaku usaha memahamai kebutuhan dan keinginan pelanggan agar mampu memberikan daya saing yang kuat. Kondisi tersebut

mendorong meningkatnya jumlah peaku usaha *coffe shop* yag menawarkan berbagai konsep dan inovasi guna memenuhi kebutuhan serta prefrensi konsumen.

Keberhasilan sebuah *coffe shop* juga tidak hanya dapat dilihat oleh kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain seperti kemampuan barista dalam meracik minuman dengan cita rasa yang konsisten, penggunaaan bahan baku yang berkualitas, pelayanan ramah, harga kompentitifserta suasana dan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Menurut tjiptono (2019), kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempegaruhi kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas konsumen. Oleh karena tu pelaku usaha dituntut untuk selalu dapat berinovasi agar mampu memeprtahankan pelanggan sekaligus menarik konsumen baru ditengah persaingan bisnis yang ketat.

Cafe Tanggal Merah Coffee & Eatery merupakan salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM) yang bergerak di bidang kuliner dengan konsep *coffee shop* dan *eatery*. Cafe ini menyediakan berbagai pilihan menu minuman berbasis kopi maupun non-kopi, serta beragam menu makanan yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan. Selain itu, Cafe Tanggal Merah Coffee & Eatery memiliki fasilitas *indoor* dan *outdoor* yang luas dan nyaman sehingga mampu memberikan pengalaman bersantai yang menyenangkan bagi pengunjung. Untuk meningkatkan daya tarik, cafe ini juga menyelenggarakan pertunjukan *live music* setiap akhir pekan serta menyediakan fasilitas *photobox* yang menjadi salah satu ikon unik dan daya tarik utama bagi pelanggan. Lokasi yang strategis serta pelayanan yang ramah semakin memperkuat citra cafe sebagai salah satu tempat berkumpul yang diminati masyarakat.

Meskipun memilki keunggukan, caffe tanggal merah & Eatery masih menghadapi sejumlah tantangan dalam menjalankan usahanya. Bebrapa kendala yang dihadapi antara lain variasi menu yang masih terbatas di bandingkan dengan kompetitor, kapasitas duduk yang belum memadaiyang dimana belummampu mengakomodasi lonjakan pengunjung pada waktu-waktu tertentu, serta semakin tingginya persaingan usaha baru *coffe shop*

yang menawarkan konsep, fasilitas, maupun strategi promosi yang lebih inovatif. Menurut Porter (2008), intensitas persaingan dalam suatu industri akan memengaruhi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keunggulan kompetitif sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk menghadapi tekanan dari para pesaing.

Dalam mengadapi kondisi tersebut, diperlukan suatu perencanaan strategi ang tepat agar uaha mampu bertahan dan berkembang secara berkelajutan. Salah satu strategi yang dapat digunakan dengan mengunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities,* dan *Threats*). Menurut Rangkuti (2018), analisis SWOT merupakan identifikasi sistematis terhadapa berbagai faktor internal dan eksternal yang digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini membantu organisasi mengenali kekuatan dan kelemahan yang dimilki, sekaligus memanfaatkan peluang serta mengantisipasi ancaman dari lingkup bisnis.

Penerapa analisis SWOT jugamemberikan manfaat pelaku bagi pelaku usaha dala mengevaluasi posisi bisnis secara menyeluruh. Melalui indentifikasi faktor internal dan eksternal, perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang pasar, memperbaiki kelemahanyang serta menyusun langkah antisipatif terhadap berbagai ancaman yang muncul. Menurut David (2017), analisis lingkungan eksternal dan internal merupakan tahapan penting dalam proses manajemen strategis karena dasar penyusunan strategi yang efektif dan berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, Cafe Tanggal Merah Coffee & Eatery perlu melakukan analisis SWOT sebagai langkah strategis untuk menentukan kebijakan yang tepat dalam mengembangkan usahanya. Penelitian ini bertujuan menghasilkan berbagai alternatif strategi yang dapat direkomendasikan kepada Cafe Tanggal Merah Coffee & Eatery guna meningkatkan efektivitas strategi pemasaran, memperkuat daya saing, serta memperluas pangsa pasar. Melalui analisis ini diharapkan perusahaan mampu memahami posisi usahanya secara objektif dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi sehingga strategi yang dirumuskan dapat menjadi dasar

pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam menghadapi dinamika persaingan industri *coffee shop* yang semakin kompetitif.

METODE

Obyek pada penelitian ini yaitu UKM Tanggal Merah Coffee & Eatery yang berlokasi di jalan Jl. Prof. Hazairin No.Kel No. 1, Bukit Cangang Kayu Ramang, Kec. Guguk Panjang, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Peniliti tertarik memilih Analisis SWOT pada UKM Tanggal Merah. Penelitian ini dimulai pada tanggal 22 November 2024.

Sebagai metode analisis, penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Nugrahani, 2008) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik cafe Tanggal Merah dan pelanggan cafe Tanggal merah. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Simple Random Sampling yaitu suatu teknik pengambilan sampel yang dilakukan untuk memilih anggota populasi diberikan opportunity (kesempatan) yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL

Tabel 1. Matriks SWOT café Tanggal Merah Coffee & Eatery

Faktor Internal	
Kekuatan (*Strengths*)	**Kelemahan (*Weaknesses*)**
Memiliki lokasi yang strategis.	Rasa minuman yang disajikan belum memiliki diferensiasi dibandingkan kafe lain.
Desain kafe menarik dan nyaman.	Promosi dan branding masih kurang optimal.
Pelayanan cepat dalam penyajian makanan dan minuman.	Akses menuju kafe terkadang sulit ketika ada acara di jalan utama.

Harga makanan dan minuman terjangkau.	Jumlah karyawan masih terbatas.
Memiliki fasilitas *photobox* sebagai daya tarik.	Jarang menghadirkan inovasi menu baru.
Menyediakan live music setiap hari.	
Faktor Eksternal	
Peluang (*Opportunities*)	**Ancaman (*Threats*)**
Permintaan minuman kopi di Bukittinggi terus meningkat.	Bermunculan pedagang kopi di pinggir jalan.
Lokasi berada di kawasan Ring Road Perkantoran Bukittinggi yang strategis.	Munculnya pesaing baru dengan usaha sejenis.
Peluang pengembangan inovasi menu.	Perubahan tren dan gaya hidup konsumen terhadap minuman kopi.
Photobox menjadi fasilitas yang masih jarang dimiliki kafe lain di Bukittinggi.	Konsumen semakin sensitif terhadap harga.

Tabel 2 Matriks Strategi SWOT café Tanggal Merah Coffe and & Eatery

Strategi SO (*Strength–Opportunities*)	Strategi WO (*Weakness–Opportunities*)
Memanfaatkan daya tarik photobox dan desain interior sebagai konten promosi di media sosial untuk menarik lebih banyak pelanggan.	Meningkatkan kualitas makanan dan minuman agar memiliki keunggulan dibandingkan kompetitor.
Mengembangkan menu gurih yang kreatif sesuai selera anak muda di sekitar lokasi.	Melakukan survei kepuasan pelanggan untuk mengetahui preferensi konsumen dan memperbaiki kelemahan pada menu maupun pelayanan.
Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk meningkatkan kunjungan pelanggan.	Memperluas promosi melalui platform digital dan berkolaborasi dengan influencer lokal.

Membuat paket promosi, seperti "gratis minuman untuk pembelian menu tertentu", guna menarik pelanggan baru.	Menambahkan variasi menu dengan harga yang lebih terjangkau untuk menjangkau lebih banyak kalangan muda.
Strategi ST (*Strength–Threats*)	**Strategi WT (*Weakness–Threats*)**
Mempertahankan keramahan pelayanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan.	Menyediakan alternatif hiburan selain live music, seperti nonton bareng atau kegiatan interaktif.
Memperbaiki sistem pemesanan agar pelayanan tetap cepat, terutama pada jam sibuk atau musim ramai seperti Ramadan.	Memantau dan merespons ulasan negatif pelanggan secara cepat untuk menjaga reputasi kafe.
Meningkatkan kapasitas atau bekerja sama dengan area parkir sekitar untuk mengatasi keterbatasan parkir.	Melakukan evaluasi operasional secara berkala untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
Menawarkan area kerja atau belajar yang nyaman (working space) agar memiliki nilai tambah dibandingkan kompetitor.	Memperkuat promosi dan inovasi produk secara berkelanjutan agar tetap kompetitif meskipun konsumen sensitif terhadap harga.

B. Pembahasa

Adapun penjelasan analisa strategi bertahan di UKM Cafe Tanggal Merah Coffee & Eatery yang berlokasi di Jl. Prof. Hazairin No.Kel No. 1, Bukit Cangang Kayu Ramang, Kec. Guguk Panjang, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat melalui Analisis SWOT adalah sebagai berikut:

a. Kekuatan (Strength)

1. Cafe Tanggal Merah memiliki peminat yang banyak atau target pasar luas UKM Tanggal Merah memiliki banyak peminat dari berbagai kalangan gen Z. Para pembeli biasanya membeli kopi saat duduk di cafe Tanggal Merah. Usaha ini

sangat potensial untuk dijalankan pada saat ini karena banyak nya peminat kopi pada masa sekarang.

2. Memiliki lokasi yang strategis UKM Tanggal Merah memiliki lokasi yang strategi karena berada di pusat kota Bukittinggi, dan mudah ditemukan melalui gmaps. Di dekat cafe Tanggal Merah juga banyak perkantoran dan kampus.
3. Design cafe yang menarik UKM Tanggal Merah memiliki desain yang menarik dengan tata cafe diluar lantainya batubatu kecil dengan design yang kekinian sesuai dengan selera anak muda pada saat ini dengan warna yang didominasi merah tua.
4. Pelayanan yang cepat saat menyajikan makanan maupun minuman UKM Tanggal Merah cepat saat menyajikan makanana maupun minuman. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu konsumen UKM Tanggal Merah mereka menyebutkan pelayanan cepat, saat memesan makanan beberapa menit kemudian makanan maupun minuman yang sudah dipesan tersaji di depan konsumen.
5. Harga makanan dan minuman ramah dikantong UKM Tanggal Merah memiliki harga yang murah, sesuai dengan rasa makanan maupun minuman yang disajikan. Selain itu harga yang disajikan sangat sesuai dengan harga mahasiswa, karena dari hasil analisis observasi pengunjung cafe rata-rata mahasiswa sekitaran cafe Tanggal Merah.
6. Memiliki photobox UKM Tangggal Merah memiliki photobox, dimana hal ini menjadi alasan beberapa konsumen kembali ke cafe Tanggal Merah terutama perempuan. Pemilik mengatakan hal ini menjadi daya tarik karena pada awal-awal cafe buka, hanya cafe Tanggal Merah memiliki photobox
7. Ada live music setiap hari UKM Tanggal Merah memiliki live musik setiap hari namun pada saat malam hari, dimana hanya beberapa cafe di bukittinggi yang menyediakan live musik.

b. Kelemahan (Weakness)

1. Rasa yang disajikan sama seperti cafe lain Hal ini sesuai dengan penuturan salah satu konsumen yang dilakukan oleh peneliti. Mereka menyebutkan rasa yang di berikan terkait makanan maupun minuman sama dengan cafe lain.
2. Kurangnya Promosi dan Branding UKM Tanggal Merah tidak melakukan promosi yang efektif atau memiliki branding yang lemah, sulit untuk membangun kesadaran dan menarik pelanggan baru.
3. Kesulitan akses ke cafe saat ada acara di depan jalan utama UKM Tanggal Merah Meskipun UKM Tanggal Merah memiliki lokasi yang strategis namun saat ada acara pernikahan atau acara besar di depan jalan utama, pemilik cafe menyebutkan cafe menjadi sulit diakses karena ditutupnya jalan.
4. Sedikit karyawan UKM Tanggal Merah memiliki jumlah karyawan yang sedikit. Sehingga menyulitkan cafe saat ada event atau rame, misalkan pada saat bulan ramadhan.
5. Jarang memberikan menu baru Jarang memberikan menu baru dapat menjadi salah satu kelemahan yang signifikan bagi kafe Tanggal Merah, terutama dalam menghadapi persaingan yang ketat di industri ini. Konsumen cenderung mencari variasi dan inovasi dalam pilihan menu untuk memenuhi kebutuhan rasa yang beragam dan pengalaman baru. Apalagi UKM Tanggal Merah jarang mengikuti trend. c. Peluang

1. Permintaan yang semakin meningkat pada produk Minuman Kopi di Bukittinggi. Dengan permintaan yang semakin meningkat dapat menjadikan cafe sebagai destinasi untuk menikmati kopi sambil bersantai.
2. Tempat yang strategis yakni berada di area Ring Road Perkantoran Bukittinggi. Area ini merupakan tempat yang potensial karena menjadi tempat pusat aktivitas pekerja dan masyarakat. Hal ini membuat caffe ini bisa menjangkau pasar yang

lebih luas dan mudah untuk dijangkau oleh pekerja kantoran penikmat kopi yang membutuhkan efisiensi waktu.

3. Pengembangan inovasi pada menu caffe. Dengan menawarkan menu-menu baru cafe ini dapat menarik perhatian pelanggan lama atau pelanggan yang baru. Dengan menawarkan menu tren kekinian juga dapat menjadi nilai tambah dari usaha ini
4. Adanya photobox yang merupakan salah satu cafe yang memiliki nya di Bukittinggi. Dengan menyediakan fasilitas yang unik dapat menjadi pengalaman unik bagi para pelanggan terutama anak muda yang sering membagikan kegiatan mereka di sosial media.
5. Eksterior dan interior design cafe yang menarik anak muda. Dengan menerapkan konsep desain instagramable meningkatkan daya tarik visual dan menjadi nilai tambah media promosi cafe melalui media sosial pelanggan yang mengabadikan momen nya di kafe.

Strategi yang dijelaskan di atas adalah pendekatan pemasaran yang sangat krusial bagi pelaku usaha di Tanggal Merah Coffee dan Eatery. Pemasaran memainkan peran vital dalam meningkatkan daya saing serta membantu mempromosikan produk yang ditawarkan oleh usaha ini. Di era digital saat ini, pemasaran telah menjadi lebih canggih, memberikan peluang bagi Tanggal Merah Coffee dan Eatery untuk memasarkan produknya dengan lebih mudah dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Teknologi juga memungkinkan usaha ini untuk memiliki identitas merek yang kuat. Oleh karena itu, para pemilik usaha harus memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar, baik di tingkat nasional maupun internasional. Selain strategi pemasaran, faktor lain yang juga sangat penting adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia menjadi

kunci utama dalam kinerja Tanggal Merah Coffee dan Eatery. Jika kualitas sumber daya manusia baik, maka kinerja usaha ini pun akan meningkat, dan sebaliknya.

Pengelolaan yang baik dalam peningkatan pengetahuan karyawan dapat mendorong kreativitas mereka. Dengan kreativitas tersebut, Tanggal Merah Coffee dan Eatery dapat menghasilkan ide-ide atau inovasi baru yang akan meningkatkan daya saing usaha. Hal ini juga memungkinkan mereka untuk memperbanyak variasi produk yang ditawarkan.

Memahami perilaku dan keinginan konsumen dalam memilih produk sangat penting bagi Tanggal Merah Coffee dan Eatery untuk menentukan inovasi yang akan dilakukan. Usaha ini perlu mengenali dan memahami perilaku konsumen dengan menetapkan target pasar yang tepat, sehingga dapat menghasilkan respons yang positif. Inovasi produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, karena mereka cenderung mencari berbagai pilihan. Peningkatan pengetahuan di kalangan karyawan memungkinkan mereka untuk menciptakan produk yang berkualitas dan inovatif. Produk baru atau yang berbeda dari yang lain dapat membantu Tanggal Merah Coffee dan Eatery semakin dikenal berkat inovasi yang ditawarkan. Terlebih lagi, jika produk yang diluncurkan sedang tren dan banyak diminati, seperti makanan atau minuman yang sedang banyak dibicarakan atau viral di sosial media.

Selain memberikan manfaat kesehatan yang baik, kualitas produk juga menjadi faktor penting yang diperhatikan oleh konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu pertimbangan utama agar suatu produk dapat diterima di pasar. Untuk bersaing dengan produk sejenis, setiap pelaku usaha harus memperhatikan kualitas produknya. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas produk, langkah pertama yang perlu diambil adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang berkualitas akan mampu menciptakan produk yang juga berkualitas tinggi.

Kendala dalam UKM Cafe Tanggal Merah Coffee & Eatery antara lain: (1) Bermunculan pedagang kopi baru di pinggir jalan, (2) Adanya pesain baru dengan usaha yang sejenis, (3) Kurangnya akses parkiran (4) Menu yang kurang beragam. Untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh UKM Cafe Tanggal Merah Coffee & Eatery, beberapa strategi dapat diterapkan. Pertama, penting untuk melakukan diversifikasi menu dengan menawarkan variasi yang lebih beragam, seperti pilihan makanan sehat, minuman unik, atau menu musiman yang dapat menarik perhatian pelanggan baru dan membedakan diri dari kompetitor. Selain itu, meningkatkan aksesibilitas menjadi kunci, misalnya dengan bekerja sama dengan pemilik lahan di sekitar untuk menyediakan area parkir tambahan atau menawarkan layanan antarjemput bagi pelanggan yang kesulitan menemukan tempat parkir. Strategi pemasaran yang lebih agresif juga diperlukan, seperti memanfaatkan media sosial, berkolaborasi dengan influencer lokal, atau mengadakan acara khusus untuk meningkatkan visibilitas cafe. Membangun loyalitas pelanggan melalui program loyalitas atau diskon bagi pelanggan tetap dapat mendorong kunjungan berulang dan menciptakan komunitas di sekitar cafe. Terakhir, inovasi dalam pelayanan sangat penting; pelatihan staf untuk memberikan pelayanan yang ramah dan efisien serta menciptakan suasana yang nyaman dan menarik di dalam cafe akan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, UKM Cafe Tanggal Merah Coffee & Eatery dapat lebih bersaing di pasar meskipun menghadapi tantangan dari kompetitor baru. Selain faktor-faktor yang telah disebutkan, harga juga merupakan salah satu indikator penting yang dipertimbangkan oleh konsumen saat memutuskan untuk membeli suatu produk. Harga adalah angka yang ditentukan oleh pelaku usaha untuk menjual atau menawarkan produk mereka. Umumnya, konsumen cenderung menyukai harga yang terjangkau, terutama jika produk tersebut memiliki kualitas yang baik. Selain itu, konsumen juga merasa senang ketika UKM menawarkan potongan harga atau diskon. Diskon ini sering kali diberikan oleh pelaku usaha sebagai strategi untuk mendorong pembeli agar

membeli dalam jumlah yang lebih besar, dengan harapan bahwa volume penjualan akan meningkat. Potongan harga ini tidak hanya menarik perhatian konsumen, tetapi juga dapat memengaruhi pola pembelian mereka, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pertumbuhan usaha.

Di samping potongan harga, terdapat berbagai strategi lain yang dapat diterapkan, salah satunya adalah promosi. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai saluran, baik media cetak maupun media online. Di era digital saat ini, akses untuk melakukan promosi menjadi sangat mudah dan jangkauannya pun sangat luas. Hal ini memungkinkan nama usaha untuk dikenal oleh lebih banyak orang, yang berpotensi meningkatkan popularitas dan keberhasilan usaha tersebut. Dengan semakin dikenal oleh masyarakat, usaha tersebut dapat berkembang dan maju.

Beberapa strategi yang telah dibahas sebelumnya merupakan inovasi yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis mereka. Melalui promosi yang efektif dan peningkatan kualitas produk, UKM dapat bersaing lebih baik di pasar. Selain itu, pelatihan bagi pelaku usaha juga sangat penting, karena dapat menambah wawasan dan keterampilan mereka dalam mengelola dan mengembangkan usaha. Terakhir, kepuasan konsumen harus menjadi perhatian utama, karena hal ini merupakan salah satu faktor kunci yang dapat mendukung peningkatan dan keberlanjutan usaha. Dengan memperhatikan semua aspek ini, UKM dapat menciptakan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang

SIMPULAN

Cafe Tanggal Merah Coffee & Eatery telah menunjukkan potensi besar sebagai salah satu UKM yang sukses di bidang kuliner, khususnya kopi. Dengan kekuatan seperti lokasi strategis, desain yang menarik, serta layanan unik seperti photobox dan live music, kafe ini mampu menarik berbagai kalangan konsumen. Namun, masih terdapat beberapa kelemahan, seperti promosi yang kurang efektif dan menu yang kurang bervariasi, yang memerlukan perhatian untuk mendukung pertumbuhan bisnisnya di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Analisis SWOT menjadi alat penting untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Cafe Tanggal Merah. Strategi-strategi yang direkomendasikan, seperti meningkatkan promosi digital melalui media sosial, menambah menu baru, serta menyediakan paket hemat, bertujuan untuk memanfaatkan peluang pasar sekaligus mengatasi kelemahan internal. Pendekatan ini tidak hanya membantu dalam mempertahankan pelanggan, tetapi juga membuka peluang untuk menarik segmen pasar baru. Pentingnya inovasi dan kreativitas dalam menciptakan produk serta meningkatkan pelayanan menjadi fokus utama untuk mempertahankan daya saing. Melalui pelatihan karyawan dan pengelolaan sumber daya manusia yang baik, kafe ini dapat terus menawarkan pengalaman unik bagi pelanggan. Selain itu, evaluasi rutin terhadap operasional dan masukan pelanggan juga harus menjadi prioritas untuk memastikan kualitas tetap terjaga. Ancaman dari kompetitor baru dan perubahan tren konsumen menuntut Cafe Tanggal Merah untuk selalu adaptif terhadap dinamika pasar. Strategi-strategi seperti diversifikasi hiburan dan penambahan kapasitas parkir dapat menjadi solusi dalam menghadapi tantangan ini. Dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal, kafe dapat terus memperkuat posisinya sebagai pilihan favorit bagi masyarakat lokal.

Secara keseluruhan, keberhasilan Cafe Tanggal Merah Coffee & Eatery dalam menjalankan strategi pemasaran dan operasional sangat bergantung pada kemampuannya untuk berinovasi dan memahami kebutuhan konsumen. Dengan implementasi yang tepat dari strategi SWOT, kafe ini memiliki potensi untuk tidak hanya berkembang di pasar lokal, tetapi juga menjadi inspirasi bagi UKM lainnya di sektor kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

Arieska, P,. K. & Herdiani, N. (2018). Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif. Statistika. 6(2)

David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts And Cases* (16th Ed.). Pearson.

Fandy Tjiptono, P. (2019). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian. *Yogyakarta: Penerbit Andi (Anggota Ikapi)*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). A Framework For Marketing Management-6/E.

Nugrahani, F. (2008). Metode Penelitian Kualitatif (Vol. 1, Issue 1). Http://Ejournal.Usd.Ac.Id/Index.Php

Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, *86*(1), 78.

Putri, R. Z., Yunita, I., Dariatunfuaddah, D. A., Ardiansyah, T., & Maulana, M. F. (2024). Pengaruh Harga Nasi Padang Bungo Lawang Terhadap Daya Tarik Pembeli. Jurnal Analisis Manajemen, 10(1), 85-97.

Rangkuti, F. (2018). *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Pt Gramedia Pustaka Utama.

Ratnawati, S. (2020). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100). Jurnal Ilmu Manajemen, 17(2), 5870.

Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis Swot Pada Umkm Guna Meningkatkan Daya Saing Umkm. Journal Of Business And Economics Research (Jbe), 1(1), 45-50.

Ulvy Tri, A. A. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dengan Analisis Swot Studi Kasus Industri Knalpot Bapak Akhmad Sultoni (Muscle Power) Desa Pesayangan Puralingga Lor (Doctoral Dissertation, Iain Purwokerto).