

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Yogyakarta menjadi tempat wisata favorit anak muda yang terkenal dengan kayanya varian kuliner. Mulai dari makanan khas yang menggugah selera, jajanan pasar dan kudapan yang unik, hingga tempat makan yang tak kalah menarik. Salah satu jenis kuliner yang ikonik bagi kota Yogyakarta adalah kopi. Siapa yang tak kenal dengan kopi jos, kopi khas Yogyakarta yang penyajiannya menggunakan arang panas yang dicelupkan langsung ke dalam gelas kopi.

Hampir disetiap daerah pasti terdapat coffee shop, tak terkecuali di Yogyakarta. Coffee shop di Yogyakarta sudah tidak terhitung lagi, keberadaannya hampir sama dengan angkringan, dimana disetiap sudut kota pasti dapat kita jumpai. Apalagi coffee shop menjadi salah satu tempat favorit bagi kalangan anak muda, terutama para mahasiswa. Bisa dipastikan mereka pernah mengunjungi coffee shop, entah sekedar nongkrong atau untuk mengerjakan tugas-tugas kuliah mereka.

Kopi menjadi primadona tersendiri yang membuat banyaknya kedai kopi muncul di Yogyakarta. Saat kamu berkunjung di kota ini, hitung saja berapa kedai kopi yang bisa kamu temui dalam 1 jalan raya. Istilah kedai kopi sendiri memiliki banyak jenis, seperti coffee shop atau kafe. Pada tahun 2017 saja, jumlah kedai kopi di Yogyakarta sudah menyentuh angka 1.200 kedai dengan berbagai macam konsep. Tempat yang disajikan juga semakin nyaman, baik untuk bercengkerama dengan teman, mengerjakan tugas, hingga tempat untuk pertemuan skala kecil pekerja kreatif.

Menu yang disajikan pun tidak hanya berbagai jenis kopi, namun juga mulai merambah minuman kombinasi teh, susu, dan jus, dan lain sebagainya. Untuk makanan pendampingnya sendiri terdiri dari berbagai jenis dari makanan ringan hingga makanan berat dan masih banyak lagi lainnya.

Perkembangan bisnis coffee shop yang berkembang itu tidak mampu untuk bertahan dengan waktu yang lama. Ketatnya persaingan itu mengakibatkan terjadinya persaingan bisnis coffee shop yang kuat, sebab konsumen memiliki pilihan yang bermacam-macam untuk memenuhi kebutuhan akan ketersediaan dan pelayanan coffee. Dengan kondisi dan situasi persaingan yang semakin kuat antar coffee shop, pengelola usaha/ bisnis coffee shop tidak saja harus mampu menjual produknya, tetapi juga harus mempunyai kemampuan yang maksimal dalam memasarkan usaha/ bisnisnya, sehingga keinginan konsumen untuk berkunjung dan menikmati coffee tidak menurun akan tetapi semakin meningkat. Meskipun dengan keadaan banyak bermunculan pesaing baru, coffee shop diharapkan tetap dapat menjadi suatu pemenuhan kebutuhan dalam kondisi persaingan yang kuat antar coffee shop saat ini.

Salah satu coffee shop yang berada di Yogyakarta adalah: sinergi coworking space, coffee shop yang menyediakan fasilitas sebagai alternatif bagi pengunjung yang ingin melanjutkan aktifitas pekerjaan diluar kantor. Konsep yang cukup cerdas dengan memadukan fasilitas cafe dengan fasilitas office lengkap dengan ruang meetingnya. Dan fasilitas semacam ini tentu juga diminati oleh mahasiswa/i yang suka mengerjakan tugas kuliah diluar rumah. Mengerjakan tugas di cafe memiliki kelebihan tersendiri. Selain bisa sambil menikmati kopi dan juga makanan ringan, juga suasana yang nyaman dan tidak membosankan. Cafe ini berlokasi cukup strategis di area tengah kota Yogyakarta dan juga dekat dengan kampus ternama di Yogyakarta.

Demi memenangkan persaingan untuk menarik konsumen, pengelola cafe menawarkan produk atau jasa unik yang tidak dimiliki oleh cafe lainnya. Salah satu cafe unik dengan keunggulan yang sulit ditiru oleh cafe lainnya yang ada di Yogyakarta ialah sinergi coworking space. Cafe ini mengusung konsep unik sesuai namanya yaitu coworking space yang secara harfiah berarti sebuah ruang bersama yang digunakan untuk melakukan pekerjaan. Cafe tersebut diperuntukkan kepada para mahasiswa, khususnya para freelancer yang tak punya kantor namun butuh menyelesaikan pekerjaannya dengan cepat yang biasanya harus memakai laptop dan membutuhkan koneksi internet yang stabil. Sinergi coworking space tidak

hanya menyediakan layanan internet cepat stabil saja tetapi juga menyediakan ruangan yang nyaman untuk bekerja dalam waktu yang lama. Salah satu alasan sinergi coworking space tetap bertahan adalah adanya kekuatan investor dan kualitas kopi yang baik, namun hal ini harus didukung dengan strategi pemasaran yang mumpuni.



Gambar 1. 1 Gambar Sinergi Coworking Space

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang di gunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi dalam proyek atau sebuah usaha bisnis dalam mengevaluasi produk pesaing atau sendiri. untuk melakukan analisis ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.

Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari strength, weakness, opportunities dan threat yang berarti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang berada dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik diantara mereka. (Robinson, 2014).

Kelebihan analisis SWOT dalam penentuan strategi pemasaran yaitu analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat yang efektif untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam strategi pemasaran karena analisis tersebut dapat memberikan fakta dan kondisi yang terjadi pada suatu perusahaan dan perusahaan kompetitor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk sinergi coworking space menggunakan analisis SWOT dan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan untuk sinergi coworking space dalam menentukan strategi usahanya kedepan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, rumusan masalah yang akan menjadi acuan penulism maka dapat dibuat rumusan masalah:

1. Bagaimana posisi strenght (kekuatan) dan weakness (kelemahan) yang dimiliki oleh sinergi co working dalam strategi pemasaran?
2. Bagaimana posisi opportunities (peluang) dan threats (ancaman) yang akan dihadapi oleh sinergi co working dalam strategi pemasaran?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah, maka diberlakukan batasan pada penelitian ini. Adapun batasan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di sinergi coworking space.
2. Fokus penelitian menganalisis posisi strategi pemasaran coffee shop sinergi coworking space.

1.4. Tujuan Penelitian

Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan menggunakan metode matrik SWOT (strength, weakness, opportunity, dan treath), meliputi:

1. Mengetahui posisi strenght (keluatan) dan weakness (kelamahan) yang dimiliki oleh sinergi co working dalam strategi pemasaran.
3. Mengetahui posisi opportunities (peluang) dan threats (ancaman) yang akan dihadapi oleh sinergi co working dalam strategi pemasaran.

1.5. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang didapatkan dengan menyusun tugas akhir ini, meliputi:

1. Sebagai sumbangan pemikiran untuk memperkaya ilmu pengetahuan tentang analisis strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT untuk meningkatkan daya saing.
2. Dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk pengambilan keputusan bagi sinergi co working space tentang analisis strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT dan dapat digunakan sebagai referensi atau pertimbangan dalam mengembangkan bisnisnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Penulis membuat sistematika penulisan skripsi ini dengan tujuan untuk mempermudah pembaca dalam pembacaan dan memahi, isi skripsi ini disajikan dalam bebera bab sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, mamfaat penelitian dan sistematika penulisan, bab ini menjelaskan latar belakang dilakukan penelitan sehingga ditemukan permasalahan dan tujuaan yang ingin dicapai berdasarkan batasan-batasan masalah sehingga didapat mamfaat dalam penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori-teori sesuai dengan topik pembahasan pada laporan penelitian ini dan diharapkan laporan penelitian yang disusun tidak menyimpang dari apa yang akan dibahas.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan objek penelitian, jenis data, metode pengambilan data, metode pengolahan data dan alur proses penelitian yang akan dilakukan. Pada bab ini menjelaskan tahap-tahap dalam penelitian mulai dari identifikasi objek penelitian, jenis data yang diambil dalam penelitian dengan menggunakan metode pengambilan data sehingga dapat diolah dan dianalisis dan diambil kesimpulan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan informasi dan data yang diperoleh dalam penelitian serta proses pengolahan data kemudian diolah berdasarkan metode yang telah ditentukan.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan pembahasan mengenai pengolahan data dan analisa-analisa perhitungan yang diperoleh kemudian menemukan usulan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran. bab ini menjelaskan kesimpulan yang diperoleh dalam pengolahan dan analisis data sehingga dapat menjawab persoalan dalam penelitian ini. saran ditunjukkan kepada perusahaan berupa rekomendasi perbaikan.