

ANALISIS FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM KINERJA OPERASIONAL BISNIS KOPI KELILING: PENDEKATAN SWOT DAN EFISIENSI PRODUKSI

Ela Prabawati¹, Sherly Septiani Putri², Fitriannisa³, Sugianto⁴, Ernawaty Usman⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Tadulako

Email: elaprabawatii@gmail.com¹, sherlyseptianiputri4@gmail.com², fitriannisaannisa5@gmail.com³, sugianto@untad.ac.id⁴, ernawatyusman02@yahoo.co.id⁵

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja operasional bisnis kopi keliling dengan pendekatan analisis SWOT serta meninjau aspek efisiensi produksi. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha kopi keliling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama bisnis ini terletak pada kualitas biji kopi impor, keahlian pemilik dalam pengolahan kopi, dan pengenalan merek yang baik. Namun, keterbatasan ruang dan alat produksi menjadi hambatan signifikan dalam ekspansi dan efisiensi operasional. Peluang bisnis terdapat pada fleksibilitas model keliling yang mampu menjangkau area strategis, sementara tantangan utamanya adalah persaingan yang ketat di industri kopi. Di sisi lain, dilema efisiensi biaya muncul akibat fluktuasi harga bahan baku, yang menuntut keputusan strategis antara menjaga kualitas produk atau mempertahankan harga kompetitif. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi adaptif dan efisiensi operasional bagi keberlanjutan UMKM kopi di tengah persaingan yang dinamis.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Kopi Keliling, Efisiensi Biaya, UMKM.

ABSTRACT

This study aims to analyze internal and external factors affecting the operational performance of mobile coffee businesses through a SWOT analysis approach and to examine production efficiency aspects. Employing a descriptive qualitative method, data were collected through in-depth interviews with mobile coffee business operators. The findings reveal that the key strengths of the business lie in the use of high-quality imported coffee beans, the owner's processing expertise, and strong brand recognition. However, limited workspace and production tools significantly hinder expansion and operational efficiency. Opportunities are found in the mobility of the business model that allows access to strategic locations, while the main challenge lies in intense competition within the coffee industry. On the other hand, cost efficiency dilemmas arise due to fluctuating raw material prices, requiring strategic decisions between maintaining product quality or offering competitive pricing. These findings underscore the importance of adaptive strategies and operational efficiency for the sustainability of coffee MSMEs amid a dynamic competitive landscape.

Keywords: SWOT Analysis, Mobile Coffee, Cost Efficiency, MSMEs.

A. PENDAHULUAN

Industri kopi di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang fenomenal dalam satu dekade terakhir, menjadikannya salah satu sektor ekonomi yang paling dinamis dan menarik perhatian. Peningkatan konsumsi kopi domestik yang signifikan, didorong oleh pergeseran gaya hidup dan popularitas budaya "ngopi" di kalangan masyarakat urban dan milenial, telah menciptakan pasar yang sangat prospektif (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2021). Fenomena ini tidak hanya memicu ekspansi kedai kopi konvensional dengan berbagai konsep, tetapi juga mendorong inovasi model bisnis yang lebih fleksibel dan adaptif, seperti bisnis kopi keliling. Model usaha ini memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau konsumen di lokasi-lokasi strategis yang beragam, mulai dari area perkantoran, pusat keramaian, hingga acara khusus, menawarkan kemudahan akses dan pengalaman kopi yang cepat, sehingga menjadi pilihan yang menarik bagi pengusaha kecil dan menengah (Setyowati, 2020). Perkembangan ini menegaskan peran penting UMKM dalam menggerakkan roda perekonomian nasional dan menciptakan lapangan kerja.

Potensi pasar yang menggiurkan pada bisnis kopi, khususnya di segmen UMKM, dihadapkan pada lanskap persaingan yang sangat ketat dan dinamis. Pasar dibanjiri oleh berbagai pemain, mulai dari merek-merek besar yang sudah mapan, kedai kopi independen dengan konsep unik, hingga sesama pedagang kopi keliling yang menawarkan produk serupa (Ciek Julyati Hisyam, 2024). Intensitas persaingan ini seringkali memicu perang harga, menekan margin keuntungan, dan mempersulit upaya akuisisi pelanggan baru. Tanpa strategi diferensiasi yang kuat dan nilai proposisi yang unik, UMKM kopi dapat kesulitan untuk bertahan dan berkembang di tengah gempuran kompetitor, oleh karena itu kemampuan untuk menganalisis dan merumuskan strategi yang tepat menjadi krusial bagi keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis ini.

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) menjadi kerangka kerja strategis yang esensial untuk mengevaluasi posisi kompetitif suatu entitas bisnis secara komprehensif (Imas Widowati, 2022). Analisis ini memungkinkan identifikasi kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan sebagai keunggulan, serta kelemahan internal yang perlu diatasi untuk meningkatkan efisiensi dan kapasitas. Analisis ini juga membantu mengenali peluang eksternal yang dapat dieksplorasi untuk ekspansi pasar dan ancaman eksternal yang harus diantisipasi dan dimitigasi untuk menghindari kerugian (Alma Khairani, 2023). Dengan

pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor internal dan eksternal ini, UMKM kopi dapat merumuskan strategi yang lebih terarah dan adaptif dalam menghadapi dinamika pasar.

Tantangan operasional dan finansial juga menjadi faktor krusial yang memengaruhi kapasitas produksi dan kualitas produk UMKM kopi. Keterbatasan alat produksi yang memadai, ruang kerja yang tidak optimal, hingga dilema efisiensi biaya akibat fluktuasi harga bahan baku, dapat menjadi hambatan serius bagi skalabilitas bisnis dan konsistensi kualitas (Ahmad Yusuf, 2024). Keputusan terkait penetapan harga dan upaya mempertahankan kualitas di tengah tekanan biaya memerlukan analisis cermat terhadap elastisitas harga permintaan konsumen dan posisi kompetitif merek dengan demikian, penelitian ini berupaya menganalisis secara mendalam posisi strategis dan tantangan operasional yang dihadapi oleh sebuah entitas bisnis kopi keliling. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi bisnis ini, serta mengeksplorasi kendala produksi dan dilema efisiensi biaya yang dihadapi dalam operasional sehari-hari, dengan demikian rumusan masalah utama yang ingin dijawab adalah: Bagaimana analisis SWOT, kendala produksi, dan dilema efisiensi biaya memengaruhi keberlanjutan dan strategi pengembangan bisnis kopi keliling ini.

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang terlibat dalam suatu proyek atau dalam suatu spekulasi bisnis (Imas Widowati, 2022).

- a. **Kekuatan (Strengths):** faktor internal yang membantu organisasi mencapai tujuannya, seperti sumber daya unik, kapabilitas, atau keunggulan kompetitif (Evie Benedicta, 2025). Dalam konteks UMKM kopi, ini bisa berupa kualitas bahan baku, keahlian pengolahan, atau reputasi merek.
- b. **Kelemahan (Weaknesses):** faktor internal yang menghambat organisasi dalam mencapai tujuannya, seperti keterbatasan sumber daya atau kekurangan kapabilitas. Contohnya adalah keterbatasan ruang atau peralatan produksi.
- c. **Peluang (Opportunities):** Faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi untuk mencapai tujuannya, seperti tren pasar atau kebutuhan

pelanggan yang belum terpenuhi. Fleksibilitas model bisnis keliling dapat menjadi peluang signifikan.

- d. Ancaman (Threats): Faktor eksternal yang dapat menghambat atau merugikan organisasi, seperti persaingan ketat atau perubahan preferensi konsumen. Industri kopi yang padat kompetitor adalah contoh ancaman yang nyata. Analisis SWOT membantu dalam perumusan strategi yang efektif dengan mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal, dan pada saat yang sama mengatasi kelemahan internal serta memitigasi ancaman eksternal (Alma Khairani, 2023).

2. Kualitas Produk dan Reputasi Merek

Kualitas bahan baku merupakan fondasi utama dalam industri makanan dan minuman, khususnya kopi. Penggunaan bahan baku berkualitas tinggi tidak hanya memengaruhi rasa dan aroma produk akhir, tetapi juga membangun persepsi kualitas di mata konsumen, yang pada gilirannya dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keunggulan ini memungkinkan perusahaan untuk membedakan produknya, membangun loyalitas merek, dan bahkan menetapkan harga premium (Putu ratya Sandrina Dewi, 2023). Reputasi merek yang positif adalah aset tak berwujud yang sangat berharga. Merek yang dikenal baik dan dipercaya oleh konsumen cenderung memiliki biaya pemasaran yang lebih rendah dan siklus penjualan yang lebih cepat (Salmah, 2025). Loyalitas pelanggan, yang seringkali merupakan hasil dari reputasi merek yang kuat dan pengalaman produk yang konsisten, sangat penting untuk keberlanjutan bisnis jangka panjang karena pelanggan setia cenderung melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

3. Efisiensi Operasional

Efisiensi operasional mengacu pada kemampuan suatu bisnis untuk menghasilkan produk atau layanan dengan biaya serendah mungkin tanpa mengorbankan kualitas (Heizer, 2018). Dalam konteks UMKM, kendala produksi seperti keterbatasan ruang dan alat dapat secara signifikan menghambat efisiensi ini. Ruang yang tidak memadai dapat membatasi alur kerja, sementara peralatan yang usang atau tidak memadai dapat menyebabkan *bottleneck* produksi, peningkatan waktu produksi, dan potensi inkonsistensi kualitas. Optimalisasi proses dan investasi pada peralatan yang tepat menjadi krusial

untuk meningkatkan kapasitas dan efisiensi. Tantangan operasional ini seringkali menjadi penghambat bagi UMKM untuk bersaing di era digital.

4. Manajemen Biaya

Manajemen biaya adalah proses perencanaan dan pengendalian biaya untuk memastikan bahwa bisnis tetap menguntungkan (Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi, 2025). Dalam industri makanan dan minuman, biaya bahan baku seringkali menjadi komponen biaya variabel terbesar. Fluktuasi harga bahan baku dapat menimbulkan dilema strategis: apakah mempertahankan kualitas dengan menaikkan harga jual, atau menurunkan kualitas untuk menjaga harga tetap kompetitif (Ari Ismoyo, 2025). Keputusan ini memerlukan pemahaman mendalam tentang elastisitas harga permintaan konsumen dan posisi kompetitif di pasar. Strategi penetapan harga harus sejalan dengan proposisi nilai merek dan persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Praktik manajemen rantai pasok yang belum optimal juga dapat memengaruhi biaya bahan baku, sehingga profitabilitas tidak maksimal

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam fenomena yang terjadi dalam konteks alami, berdasarkan perspektif partisipan (Creswell, 2018). Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara akurat (Sugiyono, 2019). Penggunaan metode kualitatif dalam riset bisnis sangat relevan untuk meninjau secara komprehensif isu-isu kompleks seperti strategi dan tantangan operasional (Nazaruddin Ali Basyah, 2020).

Data primer diperoleh melalui hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pemilik atau pihak yang relevan dari entitas bisnis kopi keliling. Hasil wawancara ini merupakan narasi komprehensif yang mencakup aspek kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, kendala produksi, dan efisiensi biaya.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), yang memungkinkan penggalan informasi yang kaya dan detail mengenai pengalaman, pandangan, dan tantangan yang dihadapi oleh informan (Moleong, 2018).

Data hasil wawancara dianalisis menggunakan pendekatan tematik dan analisis SWOT.

1. Analisis Tematik: Informasi dari wawancara dikelompokkan berdasarkan tema-tema utama yang muncul, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, kendala produksi, dan efisiensi biaya. Ini membantu dalam mengidentifikasi pola dan *insight* kunci dari data naratif.
2. Analisis SWOT: Setelah tema-tema teridentifikasi, informasi dikategorikan ke dalam empat komponen SWOT untuk mengevaluasi posisi strategis bisnis. Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman adalah faktor eksternal. Analisis ini membantu dalam merumuskan strategi yang dapat mengoptimalkan kekuatan dan peluang, serta memitigasi kelemahan dan ancaman.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Kekuatan (Strengths)

Berdasarkan hasil wawancara, entitas bisnis kopi keliling ini memiliki tiga kekuatan utama yang berkontribusi pada posisi kompetitifnya:

- a. Penggunaan Biji Kopi Impor Berkualitas Tinggi: Ini adalah fondasi esensial yang menopang kualitas produk akhir. Kualitas bahan baku superior ini tidak hanya membedakan produk di pasar yang padat tetapi juga berpotensi membangun loyalitas pelanggan yang kuat, memungkinkan penetapan harga premium, dan memperkuat citra merek sebagai penyedia kopi berkualitas. Hal ini sejalan dengan teori keunggulan kompetitif yang menekankan pentingnya diferensiasi produk melalui kualitas bahan baku untuk menarik dan mempertahankan pelanggan (Putu ratya Sandrina Dewi, 2023).
- b. Keahlian Pemilik dalam Mengolah Biji Kopi: Pengetahuan ini memastikan konsistensi rasa, optimalisasi proses ekstraksi, dan kemampuan untuk berinovasi dalam profil rasa, yang secara langsung memengaruhi kepuasan konsumen. Keahlian ini merupakan aset tak berwujud yang sulit ditiru oleh pesaing, memberikan keunggulan dalam menciptakan produk yang unik dan konsisten, yang merupakan kunci dalam membangun reputasi merek (Siswati, 2025).
- c. Pengenalan Merek yang Sudah Mapan: Reputasi merek yang positif dapat mengurangi biaya pemasaran, mempercepat siklus penjualan, dan memfasilitasi penetrasi pasar yang lebih dalam, karena konsumen cenderung memilih merek yang sudah mereka kenal dan percaya. Pengenalan merek yang

kuat menunjukkan efektivitas strategi pemasaran sebelumnya dan menjadi modal sosial yang berharga dalam menghadapi persaingan.

2. Analisis Kelemahan (Weakness)

Meskipun memiliki kekuatan, terdapat kelemahan internal yang membatasi kapasitas pertumbuhan dan operasional: Keterbatasan ruang pada rumah produksi merupakan kendala utama. Ruang yang tidak memadai dapat menghambat peningkatan volume produksi, membatasi efisiensi alur kerja, dan mempersulit diversifikasi produk atau ekspansi skala bisnis. Ini mengindikasikan adanya hambatan fisik terhadap skalabilitas operasional, yang dapat menyebabkan *bottleneck* produksi dan membatasi potensi pertumbuhan (Heizer, 2018). Selain itu, keterbatasan alat produksi secara langsung membatasi kapasitas *output* harian dan konsistensi produk. Peralatan yang tidak memadai atau usang dapat menyebabkan inefisiensi, peningkatan waktu produksi per unit, dan potensi variasi kualitas yang dapat merusak reputasi merek. Keterbatasan modal dan ruang seringkali menjadi kendala utama bagi UMKM untuk melakukan ekspansi atau inovasi (Setiawan, 2024).

3. Analisis Peluang (Opportunities)

Peluang eksternal menawarkan potensi ekspansi dan peningkatan pangsa pasar: Kemampuan Menjangkau Area Strategis dengan Mudah (Model Bisnis Keliling): Fleksibilitas mobilitas memungkinkan penyesuaian cepat terhadap pergeseran permintaan pasar, penargetan lokasi dengan kepadatan lalu lintas tinggi atau acara khusus, dan eksplorasi segmen pelanggan baru yang mungkin sulit dijangkau oleh kedai kopi konvensional. Ini adalah keunggulan inheren dari model bisnis keliling yang memungkinkan adaptasi cepat terhadap dinamika pasar (Setyowati & Sudarmi, 2020; Jurnal (Ciek Julyati Hisyam, 2024).

4. Analisis Ancaman (Threats)

Persaingan yang Sangat Ketat di Industri Kopi: Terutama di segmen kopi keliling, menuntut strategi diferensiasi yang kuat. Tekanan kompetitif ini dapat memicu perang harga, mengikis margin keuntungan, dan mempersulit akuisisi pelanggan baru jika tidak diimbangi dengan nilai proposisi yang unik. Intensitas persaingan ini sesuai dengan model lima kekuatan Porter, di mana ancaman dari pesaing baru dan produk substitusi dapat

mengurangi profitabilitas industri. Banyaknya kompetitor dengan konsep serupa menjadi tantangan serius bagi UMKM kopi (Alma Khairani, 2023).

5. Efisiensi Biaya

Pendekatan yang diterapkan menunjukkan karakteristik biaya yang relatif tetap per unit produk, karena takaran kopi sudah ditentukan setiap gelas. Ini mengindikasikan bahwa biaya bahan baku per porsi minuman adalah biaya variabel yang hampir konstan. Dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku, terdapat dilema strategis:

- a. Pilihan Pertama: Tidak Menaikkan Harga Jual dengan Konsekuensi Penurunan Kualitas: Ini adalah strategi yang berisiko karena dapat mengikis loyalitas pelanggan dan citra merek dalam jangka panjang, mengingat kualitas adalah kekuatan utama bisnis ini. Penurunan kualitas dapat menyebabkan pelanggan beralih ke pesaing, yang pada akhirnya merugikan profitabilitas.
- b. Pilihan Kedua: Mempertahankan Kualitas Produk dengan Menaikkan Harga Jual: Ini mungkin akan memengaruhi volume penjualan tetapi menjaga integritas merek. Keputusan ini memerlukan analisis cermat terhadap elastisitas harga permintaan konsumen dan posisi kompetitif di pasar. Jika pelanggan sangat sensitif terhadap harga, kenaikan harga dapat mengurangi volume penjualan secara signifikan. Namun, jika merek telah membangun loyalitas yang kuat berdasarkan kualitas, pelanggan mungkin bersedia membayar lebih. Praktik manajemen rantai pasok yang efisien dapat membantu menekan biaya bahan baku dan menjaga profitabilitas (Ari Ismoyo, 2025).

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa entitas bisnis kopi keliling memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan berkat penggunaan biji kopi impor berkualitas tinggi, keahlian pemilik dalam pengolahan, dan pengenalan merek yang sudah mapan, yang semuanya berkontribusi pada loyalitas pelanggan. Namun, bisnis ini juga menghadapi kelemahan internal berupa keterbatasan ruang dan alat produksi yang menghambat skalabilitas dan efisiensi operasional. Di sisi eksternal, peluang utama terletak pada fleksibilitas model bisnis keliling untuk menjangkau area strategis, sementara ancaman terbesar adalah persaingan ketat di industri kopi yang menuntut diferensiasi produk. Terakhir, bisnis ini dihadapkan pada dilema

efisiensi biaya yang krusial antara mempertahankan kualitas produk dengan potensi kenaikan harga jual, atau menurunkan kualitas demi menjaga harga tetap kompetitif, sebuah keputusan strategis yang akan sangat menentukan keberlanjutan dan citra merek di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yusuf, I. H. (2024). Peningkatan Efisiensi Pengelolaan Barang pada UMKM Kedai Kopi Menggunakan Sistem Informasi. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 143-150.
- Alma Khairani, T. Y. (2023). Pengembangan Analisis SWOT UMKM Kopi Cinta Bekasi. *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(2), 84-93.
- Ari Ismoyo, T. M. (2025). Pengaruh kompetensi Manajerial dan praktik Manajemen Rantai Pasok Terhadap Kinerja usaha Coffee Shop di Kota Medan. *Jurnal agrica*, 18(1), 175-188.
- Ciek Julyati Hisyam, A. N. (2024). Strategi Kebertahanan Pedagang Kopi Kaki Lima di Wilayah Rawamangun pada Era Digital: Analisis Berdasarkan Teori Pierre Bourdieu. *Journal pf Creative Student Research (JCSR)*, 2(3), 52-66.
- Creswell, J. . (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Evie Benedicta, Y. N. (2025). The role of social support and innovation for tempeh business sustainability in Tempeh village. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 8(1), 1-12.
- Heizer, J. . (2018). *Operation Management: Sustainability And Supply Chain Management*. - : Pearson Education.
- Imas Widowati, D. A. (2022). Analisis SWOT untuk Pengembangan Bisnis kuliner (Studi Kasus Pada UMKM Papat Sodara Food Purwakarta). *Jurnal Teknologika*, 12(1), 146-156.
- Moleong, L. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. -: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazaruddin Ali Basyah, A. R. (2020). Metode Kualitatif dalam Riset Bisnis: Satu Tinjauan. *Jurnal Economica Didactica*, 2(1), 1-10.
- Putu ratya Sandrina Dewi, N. K. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(8), 1567-1577.
- Salmah, H. H. (2025). Menelaah Signifikansi Penerapan Biaya Relevan dalam Pengambilan keputusan Branding Bisnis SPA. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 13(1), 1-12.

- Setiawan, I. (2024). Analisis SWOT terhadap Strategi Bisnis Kafe Seindah Dulu dalam Menghadapi persaingan Kafe-kafe di Kandangan. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah Kyai Haji Ahmad Syairazi*, 1(1), 29-38.
- Setyowati, E. S. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kopi Keliling di Kota Semarang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(2), 173-186.
- Siswati, E. (2025). Studi Empiris: Dampak Atmosfer Cafe, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan pada Citra Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 13(1), 116-124.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.