

Strategi Bisnis Coffee Shop “Nordic” Pada Kondisi Pasar Uncertainly Di Surabaya

Sebastian Tirta Danu^{1*}, Kuswandi², Bambang Subiantoro³

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, Surabaya, Indonesia

Email: ^{1*}farel.7aditya@gmail.com, ²kuswandi56andi@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak - Artikel ini mengkaji strategi Coffee Shop yang diterapkan Nordic Coffee untuk bertahan dalam kondisi pasar yang tidak menentu. Fluktuasi kondisi pasar, seperti perubahan tren konsumen dan ketidakpastian perekonomian, menjadi tantangan terbesar yang dihadapi industri kopi saat ini. Metodologi yang digunakan meliputi analisis pasar, observasi langsung di lapangan, dan wawancara dengan manajemen dan pelanggan. Penelitian ini mengkaji strategi diversifikasi produk, peningkatan kualitas layanan, pemanfaatan teknologi untuk efisiensi operasional, dan kampanye pemasaran digital. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Nordic Coffee berhasil meningkatkan daya tarik pelanggan dengan memperluas jangkauan produk, meningkatkan interaksi pelanggan, dan menggunakan platform digital untuk meningkatkan kesadaran merek. Implikasi dari penelitian ini menyoroti pentingnya kemampuan beradaptasi dan inovasi dalam strategi bisnis untuk mengatasi dinamika pasar yang tidak pasti. Singkatnya, artikel ini memberikan wawasan tentang strategi sukses yang dapat diterapkan oleh Coffee Shop seperti Nordic Coffee untuk mempertahankan kelangsungan bisnis meskipun ada perubahan tantangan eksternal.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Customer, Nordic Coffee

Abstract - This article examines Nordic Coffee's coffee shop strategy to survive the uncertain market conditions. Fluctuating market conditions, such as changing consumer trends and economic uncertainty, are the biggest challenges facing the coffee industry today. The methodology used includes market analysis, direct observation in the field, and interviews with management and customers. This research examines the strategies of product diversification, service quality improvement, technology utilization for operational efficiency, and digital marketing campaigns. The results show that Nordic Coffee successfully increased customer appeal by expanding its product range, improving customer interaction, and using digital platforms to increase brand awareness. The implications of this study highlight the importance of adaptability and innovation in business strategy to cope with uncertain market dynamics. In summary, this article provides insights into successful strategies that coffee shops like Nordic Coffee can implement to maintain business continuity despite changing external challenges.

Keywords : Business Strategy, Customer, Nordic Coffee

1. PENDAHULUAN

Strategi pemasaran adalah rencana atau pendekatan sistematis yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu organisasi atau bisnis. Strategi ini termasuk identifikasi pasar target, pembuatan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar, penentuan harga yang tepat, pemilihan saluran distribusi yang efektif, dan desain komunikasi pemasaran yang efektif. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan bisnis dengan memenuhi kebutuhan pelanggan dan menciptakan nilai tambah yang besar. Nordic Coffee beroperasi di industri yang selalu berubah dan bergejolak sebagai Coffee Shop yang terkenal dengan kopi berkualitas tinggi dan pengalaman pelanggan yang unik. Seperti banyak bisnis lainnya, Nordic Coffee menghadapi tantangan seperti fluktuasi harga komoditas, tren konsumen yang berubah dengan cepat, dan ketidakpastian ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli pelanggannya.

Menurut Kotler dan Kettler (2011 : 332) “Brand image adalah bagaimana persepsi konsumen menganggap atau menilai (brand) suatu perusahaan secara aktual seperti tercemar dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen.” Simamora dalam sangaji dan shopia (2013 :327) Mengemukakan bahwa “Citra merek adalah seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasaran. Asosiasi itu menyatakan apa sesungguhnya merek dan apa yang dijanjikan pada konsumen.”

Mengingat kondisi pasar yang tidak menentu ini, Nordic Coffee telah mengembangkan

berbagai strategi yang bertujuan tidak hanya untuk bertahan, namun juga mengembangkan dan mempertahankan posisinya sebagai pemimpin dalam industri ini. Strategi tersebut antara lain melakukan inovasi produk kopi, meningkatkan pengalaman pelanggan melalui layanan yang personal dan efisien, serta penerapan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Artikel ini membahas lebih dekat strategi yang diterapkan Nordic Coffee untuk menghadapi tren pasar yang tidak menentu.

Kami berharap dengan memahami dan menganalisis pendekatan yang mereka ambil, kami dapat memberikan wawasan berharga bagi industri Coffee Shop secara keseluruhan, dan khususnya bagi mereka yang ingin mengatasi tantangan serupa dalam bisnis mereka.

Nordic Coffee merupakan Coffee Shop yang didirikan pada tahun 2018 di Jln. Tidar No. 67A, Sawahan, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60251. Visi awalnya ingin membuat customer Nordic nyaman menikmati nikmatnya kopi Nordic dengan bahan yang berkualitas namun dengan harga yang terjangkau, terbukti Coffee Shop Nordic berhasil menjuarai beberapa kompetisi lokal dan masuk semifinal di beberapa kompetisi dan divisi, seperti Manual Brew dan Latte Art yang merupakan Nordic Coffee sesuai dengan filosofinya **“We think Coffee Differently”**. Nordic Coffee terus berinovasi agar dapat bersaing dengan Coffee Shop lainnya.

Nordic Coffee telah menjadi salah satu Speciality Coffee di industri Coffee Surabaya, dengan fokus pada Kualitas Coffee. Dengan komitmen untuk menjadikan salah satu Coffee Shop yang menyediakan Best Speciality Coffee yang berkualitas tinggi pada pelanggan, Nordic Coffee terus berupaya menjadi salah satu Speciality Coffee terbaik di Surabaya dalam industri tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Food and Beverage*

Food and Beverage mengacu pada semua jenis makanan dan minuman yang dikonsumsi manusia. Umumnya istilah ini digunakan untuk merujuk pada industri yang memproduksi, menjual, dan menyajikan makanan dan minuman kepada konsumen. Industri makanan dan minuman mencakup berbagai macam bisnis, mulai dari restoran, kafe, dan bar hingga industri makanan, minuman, dan industri pengolahan bahan terkait lainnya. Industri makanan dan minuman merupakan sektor ekonomi besar yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan dan lapangan kerja di berbagai negara. Penyediaan makanan dan minuman yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan gizi dan kesehatan manusia. Makan dan minum tidak hanya memenuhi kebutuhan fisiologis, tetapi juga merupakan bagian penting dari budaya, identitas daerah, dan pengalaman sosial. Industri terus berkembang dengan inovasi dalam teknik memasak, penyajian, kombinasi rasa, serta tren makanan dan minuman. Menjaga standar keamanan pangan dan mutu produk menjadi prioritas utama untuk menjaga kepercayaan konsumen. Industri ini tunduk pada peraturan kesehatan, keselamatan, dan lingkungan yang ketat. Perubahan tren konsumen menuju makanan sehat, organik, dan berkelanjutan berdampak pada strategi bisnis industri. Dengan demikian, yang dimaksud dengan “makanan dan minuman” tidak hanya mengacu pada produk makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup aspek ekonomi, sosial budaya, dan teknologi yang mempengaruhi berbagai jenis usaha dan industri terkait.

Tentunya di bawah ini adalah contoh strategi bisnis yang dapat diterapkan oleh Nordic Coffee, sebuah perusahaan kopi yang terinspirasi dari gaya hidup dan tradisi kopi Nordic : Strategi Bisnis Kopi Nordic yaitu:

- a. Diferensiasi melalui kualitas dan keandalan:
 - Deskripsi: Nordic Coffee berfokus pada penyediaan kopi berkualitas tinggi yang diimpor langsung dari Roasted Coffee di Jawa Timur. Produk mereka menampilkan cita rasa asli Jawa Timur
 - Rencana Aksi: Menjalinkan kemitraan langsung dengan petani kopi Jawa Timur, Jawa Tengah, Kalimantan, Sulawesi untuk menjamin kualitas dan keberlanjutan. Kami

menawarkan beragam kopi single origin unik yang mencerminkan karakteristik masing-masing Wilayah Indonesia

b. Pengalaman pelanggan yang unik dan ramah lingkungan:

Deskripsi: Desain interior dan fokus pada keberlanjutan untuk menciptakan suasana kafe yang hangat dan mengundang ketertarikan nya pada pelanggan

Rencana Aksi: Menggunakan material ramah lingkungan dalam desain interior dan peralatan yang mengurangi jejak karbon. Menyediakan tempat duduk yang nyaman dan suasana nyaman untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

c. Inovasi Penawaran dan Menu:

- Deskripsi: Memperkenalkan inovasi cara penyajian kopi dan variasi menu unik yang memadukan tradisi kopi lokal dengan sentuhan modern.
- Rencana Aksi: Mengembangkan teknik produksi kopi yang unik, seperti metode tetesan lambat dan penggunaan minuman dingin dengan rempah-rempah Lokal. Kami menawarkan spesialisasi rasa kopi musiman yang terinspirasi oleh bahan-bahan lokal

d. Ekspansi dan Pemasaran:

- Deskripsi: Membuka cabang tambahan di kota atau wilayah besar dengan minat kuat pada kopi premium dan pengalaman kafe yang beragam.
- Rencana Aksi: Identifikasi lokasi strategis untuk perluasan toko baru berdasarkan analisis pasar dan preferensi konsumen.

Meningkatkan kesadaran merek dan menarik calon pelanggan melalui pemasaran digital dan kampanye media sosial yang intensif.

e. Kemitraan dan Keberlanjutan Komunitas:

- Deskripsi : Bangun kemitraan dengan produsen lokal dan tambahkan lebih banyak Pastry tradisional Nordik untuk menemani kopi Anda menyediakan produk.
- Rencana Aksi: Menyelenggarakan acara yang bekerja sama dengan komunitas lokal untuk mendukung inisiatif keberlanjutan seperti pengembangan strategi Coffee Shop

Hadiri acara dan festival lokal untuk memperluas jaringan Anda dan meningkatkan visibilitas merek Anda dalam komunitas Anda. Dengan menerapkan strategi ini, Kopi Nordik akan mampu membedakan dirinya dari para pesaingnya dan menarik pelanggan yang menghargai kopi berkualitas, pengalaman kafe yang unik, dan komitmen terhadap keberlanjutan dan budaya Nordik.

2.2 Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah rencana atau pendekatan jangka panjang yang ditujukan untuk mencapai tujuan utama suatu bisnis atau organisasi. Hal ini melibatkan proses pengambilan keputusan yang sistematis untuk menentukan visi perusahaan, memahami lingkungan eksternal dan internal, dan merancang rencana tindakan yang komprehensif untuk mencapai tujuan tersebut. Secara keseluruhan, strategi bisnis merupakan kerangka kerja yang penting bagi perusahaan untuk mengarahkan pertumbuhan, pengembangan, dan keberhasilan jangka panjang di pasar yang kompetitif dan dinamis. Secara khusus, Strategi bisnis ini berfokus pada berbagai aspek yang terkait dengan kegiatan bisnis, Komponen Utama Strategi Bisnis antara lain yaitu :

1. Visi dan Misi: Strategi bisnis dimulai dengan mendefinisikan visi dan misi jangka panjang perusahaan, serta menguraikan tujuan utama dan nilai-nilai yang mendasarinya.
2. Analisis Lingkungan: Penilaian komprehensif terhadap faktor eksternal seperti pasar, pesaing, tren industri, dan peraturan, serta faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan perusahaan.
3. Sasaran: Menetapkan tujuan yang spesifik, terukur, dan dapat dicapai untuk dicapai dalam jangka waktu tertentu sebagai pedoman dalam mengelola seluruh aktivitas perusahaan.

4. Perumusan Strategi: Merancang rencana tindakan yang mencakup bagaimana perusahaan akan memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk mencapai tujuan, mengatasi tantangan, dan meminimalkan risiko.
5. Implementasi: Menjalankan strategi bisnis dengan mengalokasikan sumber daya, membuat keputusan yang tepat, dan menyelaraskan semua fungsi organisasi menuju tujuan bersama.
6. Pengukuran dan Evaluasi: Memantau dan mengevaluasi kinerja strategi bisnis terhadap metrik yang telah ditentukan dan melakukan penyesuaian seperlunya untuk memastikan bahwa tujuan yang ditetapkan tercapai.

Strategi bisnis tidak hanya memandu operasi perusahaan sehari-hari tetapi juga merupakan alat untuk menciptakan nilai jangka panjang dan pertumbuhan berkelanjutan. Dengan memahami lingkungan, memanfaatkan kekuatan internal, dan mengembangkan rencana aksi yang tepat, perusahaan dapat lebih siap menghadapi tantangan pasar dengan lebih efektif.

2.3 Customer

Dalam konteks kopi Nordik, memahami pelanggan Anda sangatlah penting untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan dan membangun hubungan yang berkelanjutan.

Di bawah ini adalah beberapa aspek teoritis mengenai pelanggan kedai kopi Nordik Coffee.

- a. Segmentasi Pelanggan Pertama, Nordik Coffee perlu melakukan segmentasi pelanggannya untuk memahami siapa target pasar utamanya.

Segmentasi dapat didasarkan pada karakteristik demografi (usia, jenis kelamin, dll), karakteristik psikografis (nilai, minat, gaya hidup), atau perilaku pembelian (frekuensi kunjungan, preferensi rasa kopi).

- b. Preferensi Rasa dan Kualitas Produk Pelanggan Nordik Coffee cenderung memiliki preferensi tinggi terhadap kualitas kopi dan keandalan rasa.

Anda mungkin mencari pengalaman rasa unik yang mencerminkan tradisi kopi Skandinavia, seperti kopi dengan rasa alami yang dibuat dari biji kopi pilihan khusus.

- c. Pengalaman Pelanggan Pengalaman pelanggan di Nordik Coffee harus mencerminkan nilai-nilai Nordik seperti keberlanjutan, keandalan, dan kualitas.

Desain interior yang minimalis namun hangat, layanan pelanggan yang ramah, dan penekanan pada bahan-bahan organik atau lokal dalam produk adalah bagian dari pengalaman yang menarik.

- d. Siklus Hidup Pelanggan Memahami siklus hidup pelanggan membantu Nordik Coffee merencanakan strategi retensi pelanggan yang efektif.

Dari fase pertama adopsi (mulai mengunjungi kafe Anda) hingga fase loyalitas (menjadi pelanggan setia), penting untuk menawarkan insentif menarik dan program loyalitas untuk mempertahankan pelanggan Anda.

- e. Komunikasi dan Interaksi Kafe kopi Skandinavia perlu memikirkan cara mereka berkomunikasi dengan pelanggannya.

Hal ini termasuk menggunakan media sosial untuk terlibat secara langsung, mengadakan acara dan promosi yang melibatkan komunitas lokal, dan menggunakan umpan balik pelanggan untuk terus meningkatkan layanan dan produk kami.

- f. Keberlanjutan dan Nilai-Nilai Sosial Banyak pelanggan Nordik Coffee yang peduli terhadap keberlanjutan dan mungkin ingin mendukung perusahaan yang mempromosikan praktik ramah lingkungan.

Kafe dapat menyoroti kebijakan seputar penggunaan bahan-bahan organik atau lokal, mengurangi limbah, atau berpartisipasi dalam inisiatif sosial untuk menarik pelanggan yang memiliki nilai-nilai serupa.

- g. Analisis dan Pengukuran Terakhir, Nordic Coffee perlu menganalisis data pelanggan secara rutin seperti preferensi produk, umpan balik, dan pola pembelian untuk memahami efektivitas strateginya.

Ini akan membantu Anda menyesuaikan strategi pemasaran dan operasional untuk merespons kebutuhan dan keinginan pelanggan Anda dengan lebih baik.

Dengan memahami teori pelanggan Kopi Nordik ini, kedai kopi dapat mengoptimalkan pengalaman pelanggan, meningkatkan retensi, dan membangun basis pelanggan setia dan berkelanjutan.

3. METODE PELAKSANAAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengevaluasi strategi bisnis yang diterapkan oleh Nordic Coffee Company, Surabaya dan memahami dampaknya terhadap kinerja dan kesuksesan perusahaan di pasar kopi lokal. Studi kasus pada Nordic Coffee digunakan untuk melihat lebih dekat strategi bisnis Nordic Coffee di Surabaya.

Hal ini memungkinkan peneliti untuk mempertimbangkan strategi bisnis dari sudut pandang yang berbeda, mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi, dan bagaimana strategi ini diterapkan dan diintegrasikan ke dalam operasional kafe sehari-hari.

Dengan menggunakan pendekatan studi kasus dan fokus pada wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan kunci, Anda dapat mendapatkan wawasan yang mendalam tentang strategi bisnis Nordic Coffee di Surabaya serta memberikan rekomendasi yang relevan untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka di pasar kopi lokal.

4. HASIL PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis yang diterapkan oleh Nordic Coffee Surabaya efektif dalam menarik pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar Nordic Coffee. Penggunaan teknik pemasaran kreatif, fokus pada pengalaman pelanggan, dan komitmen terhadap keberlanjutan menjadi strategi utama keberhasilan di pasar kopi Surabaya.

Rekomendasi untuk Masa Depan:

Untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, disarankan agar Nordic Coffee Surabaya terus memperluas inovasi menu, meningkatkan kehadiran online mereka, dan menguatkan kemitraan dengan komunitas lokal. Pemahaman mendalam tentang preferensi pelanggan juga perlu dipertahankan melalui penelitian pasar terus-menerus dan penggunaan data untuk pematokan strategi yang dijalankan sesuai target.

5. KESIMPULAN

Untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya, setelah melakukan penelitian dengan metode di atas, Nordic Coffee Surabaya semakin memperluas cakupan pemasarannya dan menggali lebih dalam data pelanggan untuk meningkatkan layanan dan inovasi menunya.

Selain itu, Anda dapat mempertimbangkan untuk memperdalam keterlibatan Anda dalam kegiatan komunitas lokal dan memperkuat kolaborasi dengan pemasok lokal untuk mendukung pertumbuhan berkelanjutan bisnis Anda.

DAFTAR PUSTAKA

- Astrid Dila Aurelia, Wijayanty, D., Sari, D. N. P., Putri, B. Z. O., & Puspa, T. (2023). Analisis Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Daya Saing Pada N&J Coffee Shop Di Tangerang (Studi Kasus Dr. Coffeshop). *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1509–1518. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15516>
- Damariyanti, K. L., Hartiati, A., & Sedana Yoga, I. W. G. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi “Kandera Coffee” Denpasar Bali menggunakan Metode Swot dan QSPM Business Development

- Strategy for Coffee Shop “Kandera Coffee” Denpasar Bali Using Swot and QSPM Methods. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 9(2), 228–237.
- Dewiningrat, A. I. (2022). Financial Technology Dan Cashless Payment Sebagai Strategi Bisnis Pada Coffee Shop Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(September), 240–246. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/juima/article/view/5897>
- Guntarayana, I. (2022). Analisa Strategi Bisnis Pemasaran Coffee Shop (Studi Pada Kafe Kopi Janji Jiwa Jalan Dr. Wahidin 05 Kota Blitar). *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media Page*, 11(1), 70–81., 11(1), 70–81.
- Kuswandi, K. (2020). *KUALITAS PELAYANAN PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) CABANG. 7*.
- Kuswandi, K., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2023). *Oeconomia STRATEGY ANALYSIS OF THE SOR MODEL ON PERSONAL VALUES AND. 14(2)*, 72–84.
- Sancoko, A. H. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan dan Minuman pada Depot Time To Eat Surabaya. *Agora*, 3(1), 185–194.
- Sari, R., & Halim, C. (2022). Analisis Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Daya Saing pada Coffee Shop di Bandar Lampung (Studi Kasus Dr. Coffee). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 231–248. <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i3.1139>
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51–61. <https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456>
- Suwatri, M., Rahman, H., & Rama, A. (2022). Pengaruh pemahaman atas strategi bisnis, kemampuan manajerial, dan pengetahuan manajemen terhadap kinerja perusahaan coffee shop. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 3842–3848. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i9.1563>
- Teuku, T. F., Zulkarnen, Z., & Taib, Z. (2023). Strategi Pengelolaan Keuangan Menggunakan Aplikasi E-Wallet Pada Pelaku Bisnis Coffee Shop Kota Medan Di Era Digitalisasi. *Jurnal Investasi Islam*, 8(1), 39–57.