
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ANGKRINGAN HERBAL DEWUYUNG DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT

Oleh

Erik Bagus Setiawan¹, Reza Widhar Pahlevi²

¹Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

²Universitas Amikom Yogyakarta

Email: ²rezawp@amikom.ac.id

Article History:

Received: 02-12-2021

Revised: 05-01-2022

Accepted: 10-01-2022

Keywords:

Marketing Strategy, SWOT Analysis, Competitive Strategy

Abstract: *This study aims to know the position of competition and Marketing Strategy with SWOT analysis, strengths, weaknesses, opportunities, and threats. This study was conducted at Angkringan Herbal Dewuyung. The result of descriptive analysis showed that Angkringan Herbal Dewuyung has strength and opportunities than the competitors such as it using social media as the marketing media. It also has different variety of menu than other angkringan. The location of angkringan is near to Nologaten ecotourism village. In addition, there are some weaknesses and threats of Angkringan Herbal Dewuyung. They are the price is little more expensive than other angkringan and the location of Angkringan Dewuyung is located in the alley. The conclusion is the marketing strategy owned by Angkringan Dewuyung has more strengths and opportunities than weakness and threats.*

PENDAHULUAN

Budaya kuliner merupakan salah satu jenis budaya yang menjadi kekhasan Kota Yogyakarta yang dikenal sebagai kota tujuan destinasi wisata kuliner. Wisata kuliner yang ada di Yogyakarta di dukung dengan adanya budaya kuliner yang telah berkembang sejak lama. Dimulai dari jajanan kuliner yang disediakan di restoran- restoran, hingga jajanan pinggir jalan yang ramai di malam dan siang hari. Salah satu jenis budaya kuliner yang terjaga dan dimiliki oleh Yogyakarta hingga hari ini dapat dilihat pada keberadaan warung angkringan tradisional. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya warung-warung angkringan tradisional yang masih dapat dengan mudah ditemukan di pinggiran jalan dan trotoar di Kota Yogyakarta. Warung angkringan tradisional dapat dikatakan sebagai salah satu jenis jajanan tradisional yang terjaga keberadaannya selama puluhan tahun bahkan ratusan tahun lamanya.

Angkringan tradisional adalah salah satu bentuk usaha pedagang kaki lima. Secara umum, kepengurusan sebuah warung angkringan tradisional berbentuk usaha kecil milik pribadi yang dikelola secara mandiri. Angkringan tradisional umumnya dikelola oleh beberapa orang atau bahkan sendirian. Manajemennya pun bersifat sederhana dan hampir tanpa sistem pemasaran apa pun yang digunakan. Makanan- makanan yang dijual di angkringan tradisional dijual dengan harga yang murah dengan porsi yang relatif kecil. Hal-

hal yang bersifat sederhana inilah yang menjadi kekhasan yang dimiliki warung angkringan tradisional (Gilang, 2007:10).

Tidak hanya hal-hal yang bersifat sederhana menjadi ciri kekhasan angkringan seperti menu makanan dan minuman yang dijual secara murah akan tetapi juga gerobak dan kompor yang digunakan untuk menjadi alat memasak air minuman dan meja untuk menyajikan makanan. Dengan ciri khas yang hanya ada pada angkringan tersebut, maka membuat angkringan mudah dikenali dan dibedakan dari jenis warung makan lainnya. Oleh karena itu dengan ciri khas fisik yang dimiliki angkringan serta jenis makanan minuman yang dijual membuat angkringan menjadi salah satu budaya khas Yogyakarta dan dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk ikut menikmati makanan dan minuman yang dijual (Risyda, 2015:3).

Angkringan Dewuyung yang merupakan angkringan yang memiliki manajemen pemasaran yang sederhana, dan termasuk ke dalam angkringan dengan jenis usaha tradisional, karena angkringan herbal didirikan oleh perseorangan dan hanya memiliki jumlah karyawan yang sedikit. Untuk tujuan menjadi usaha yang berkembang lebih pesat atau memiliki manajemen pemasaran yang lebih modern akan mengalami kesulitan jika dibandingkan dengan angkringan yang telah memiliki manajemen pemasaran dan pengelolaan angkringan yang semi kafe dan lebih modern. Namun bukan tidak mungkin angkringan herbal juga mempunyai persaingan dengan bisnis usaha yang serupa yaitu angkringan modern yang mengedepankan manajemen penjualan dikelola secara modern baik secara manajemen pemasarannya maupun secara operasional pelayanan bagi pengunjung. Terkait ancaman persaingan ini yang datang dari faktor luar angkringan maka perlu adanya peningkatan kualitas baik secara operasional maupun manajemen dari angkringan herbal tersebut.

Seperti halnya angkringan herbal yang memiliki ciri kekhasan yang membuat pengunjung yang datang tidak hanya warga sekitar ataupun mahasiswa yang tinggal kos di daerah Yogyakarta, akan tetapi juga wisatawan luar Yogyakarta. Oleh karena itu penulis memilih angkringan herbal sebagai objek penelitian, karena memiliki peluang bisnis dengan manajemen pemasaran menggunakan analisa SWOT dirasakan tepat dan cocok. (Klara, 2012:31). Sedangkan kekurangan angkringan herbal sendiri antara lain menjadi angkringan yang memiliki jenis makanan yang kurang lengkap jika dibandingkan dengan angkringan pada umumnya dan manajemen dari angkringan herbal sendiri masih tradisional dan belum memiliki marketing yang kompleks jika dibandingkan dengan angkringan modern semi kafe, sehingga persaingan bisnis angkringan herbal dengan angkringan modern cukup lambat. Namun segmen pasar yang dibidik oleh angkringan herbal juga berbeda dengan angkringan modern semi kafe. Analisa SWOT ini dapat digambarkan bahwa untuk mencapai tujuan manajemen pemasaran yang baik maka angkringan herbal ini dapat dilihat dari dua faktor yaitu membantu untuk mencapai tujuan dari dalam unsur angkringan herbal yaitu segi kekuatan yang dimiliki angkringan herbal sedangkan faktor menghambat dari dalam yaitu kelemahan angkringan herbal. Untuk analisa SWOT membantu dari luar yaitu peluang bisnis yang dijalankan oleh angkringan herbal dan ancaman yang datang dari persaingan antara angkringan herbal dan angkringan tradisional lainnya maupun angkringan modern (Arwiyandra, 2017:8) Adapun tujuan dari penelitian ini ialah mengetahui keunggulan strategi pemasaran angkringan herbal Dewuyung terhadap angkringan-angkringan tradisional menggunakan kerangka/skema S.W.O.T (*Strengths, Weaknesses, Opportunities,*

Threats). Skema ini akan digunakan untuk mencari jawaban dari penelitian ini.

LANDASAN TEORI

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang dilaksanakan dengan harapan bisnis dapat mencapai sasaran pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari strategi spesifik untuk pasar sasaran, penentuan posisi produk, bauran pemasaran, dan tingkat pengeluaran pemasaran (Kotler,2001:98). Perumusan strategi pemasaran adalah bagian dan keseluruhan proses pemasaran yang paling penting dan sulit. Kegiatan tersebut akan menetapkan batas keberhasilan sebuah unit usaha. Pada saat dikomunikasikan kepada semua tingkatan manajemen, strategi pemasaran menjelaskan kekuatan yang harus dibangun dan kelemahan yang harus diperbaiki, dan bagaimana cara melakukannya.

Analisa SWOT merupakan suatu analisis yang digunakan untuk identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi sebuah bidang usaha. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*), (Rangkuti 2004:18). Perencanaan strategis bukan merupakan hasil atau keluaran melainkan suatu proses yang terus berlangsung. Pemikiran strategis tidak memiliki titik akhir, dan akibatnya proses perencanaan berlangsung terus menerus. Salah satu dari proses manajemen strategis adalah mengenali lingkungan internal unit usaha dan lingkungan eksternal unit usaha (Zimmerer 2002:37).

Gambar 1. Skema S.W.O.T

Datang dari dalam		Datang dari luar	
<p><i>Strengths</i> (Kekuatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> Kelebihan yang dimiliki usaha. Hal-hal yang menunjukkan kelebihan dibandingkan saingannya. 	<p><i>Weaknesses</i> (Kelemahan)</p> <ul style="list-style-type: none"> Hal-hal yang menjadi kekurangan tempat usaha. Hal-hal yang menunjukkan kekurangan dibandingkan saingannya. 	<p><i>Opportunities</i> (Kesempatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> Keunggulan yang dimiliki tempat usaha berdasarkan lingkungan. 	<p><i>Threats</i> (Ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> Gangguan/ancaman yang dimiliki tempat usaha berdasarkan lingkungannya.

Sumber: Freddy Rangkuti (2006).

Penjabaran analisis SWOT tersebut dapat dijelaskan bahwa membantu dari dalam berupa faktor kekuatan dari angkringan herbal tempat yang strategis yaitu di wilayah eko Wisata Nologaten sehingga menarik minat pengunjung untuk menikmati makanan minuman yang dijual di angkringan herbal. Kekuatan angkringan juga berupa pelayanan karyawan terhadap pengunjung yang mengutamakan keramahan dan respon yang sopan dan cepat tanggap dalam setiap penyajian makanan maupun minuman yang dijual. Ini menjadi faktor pengunjung akan kembali untuk membeli makanan dan minuman bahkan akan menjadi pelanggan dari usaha angkringan herbal tersebut.

Menghambat dari dalam yaitu faktor kelemahan angkringan herbal yang merupakan angkringan yang memiliki manajemen pemasaran yang sederhana, dan termasuk ke dalam angkringan dengan jenis usaha tradisional, karena angkringan herbal didirikan oleh perseorangan dan hanya memiliki jumlah karyawan yang sedikit. Untuk tujuan menjadi usaha yang berkembang lebih pesat atau memiliki manajemen pemasaran yang lebih modern akan mengalami kesulitan jika dibandingkan dengan angkringan yang telah memiliki manajemen pemasaran dan pengelolaan angkringan yang semi *kafe* dan lebih modern. Membantu faktor yang berupa dari luar berupa faktor peluang, angkringan ini termasuk ke dalam wilayah yang startegis untuk memiliki.

Namun bukan tidak mungkin angkringan herbal juga mempunyai persaingan dengan bisnis usaha yang serupa yaitu angkringan modern yang mengedepankan manajemen penjualan dikelola secara modern baik secara manajemen pemasarannya maupun secara operasional pelayanan bagi pengunjung. Terkait ancaman persaingan ini yang datang dari faktor luar angkringan maka perlu adanya peningkatan kualitas baik secara operasional maupun manajemen dari angkringan herbal tersebut.

Angkringan herbal dapat melihat peluang bisnis yang ada di wilayah strategis wisata alam. Pesaing penjualan makanan dan minuman di tempat strategis wilayah eko wisata itu pun belum banyak sehingga menjadi peluang bisnis yang menjanjikan untuk menggaet market konsumen lebih luas dengan memperkecil terjadinya persaingan dengan jenis penjualan makanan dan minuman yang lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di angkringan herbal Dewuyung, angkringan herbal Dewuyung berada di Gg. Temulawak, Nologaten, Sleman 55281 dengan bertepatan di wilayah Eko Wisata Nologaten Yogyakarta. Berdasarkan masalah yang di angkat dalam penelitian ini, maka jenis penelitian ini menggunakan kualitatif. Menurut Sugiyono (2012:1) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara *tringulasi* (gabungan), analisa data bersifat *induktif* dan hasil penelitian kualitatif.

Mengetahui strategi yang digunakan obyek penelitian, menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi posisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancama obyek penelitian. Berikut paparan matriks SWOT pada obyek penelitian.

Tabel 1. Matriks Analisa SWOT

	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
FAKTOR INTERNAL		
FAKTOR EKSTERNAL		

PELUANG (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
ANCAMAN (T)	STRATEGI ST	STRATEGI TW

Sumber: Freddy Rangkuti (2006)

Berikut ini adalah keterangan dari matriks SWOT:

- Analisis **SO** (*Strength and Oppurtunity*). Analisa ini di buat berdasarkan jalan pikiran usaha angkringan herbal Dewuyung yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- Analisis **ST** (*Strength and Threats*). Analisa dalam megunakan kekuatan yang dimiliki angkringan herbal Dewuyung.
- Analisis **WO** (*Weaknes and Oppurtunity*). Analisa ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengancara meminimalkan kelemahan yang ada.
- Analisis **WT** (*Weanes and Threats*). Analisa ini berdasarkan kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kekuatan dari angkringan Dewuyung untuk mengembangkan bisnisnya adalah angkringan dewuyung merupakan angkringan modern yang mengedepankan manajemen penjualan dikelola secara modern baik secara manajemen pemasarannya maupun secara operasional pelayanan bagi pengunjung. Angkringan yang telah memiliki manajemen pemasaran dan pengelolaan angkringan yang semi *café* dan lebih modern. Angkringan Dewuyung dengan operasional maupun manajemen yang mengusung semi kafe dan lebih modern mendapatkan tempat market yang bagus dikalangan anak muda khususnya mahasiswa yang tinggal di Yogyakarta. Karena tidak hanya menyuguhkan makanan dan minuman untuk mengobati lapar namun juga menyediakan tempat *nongkrong* dan diskusi.

Medsos Angkringan Dewuyung

Berbeda dengan kebanyakan angkringan yang ada di Yogyakarta, Angkringan Dewuyung memiliki media sosial platform *Instagram* sebagai alat digital marketing. Hal ini antara lain, karena media sosial sebagai arena pasar market yang digunakan oleh kalangan anak muda. Media sosial bisa meningkatkan pengenalan angkringan Dewuyung karena akses *internet* dapat dengan mudah menjangkau pasar hanya dengan sentuhan jari di *handphone*. Hal ini tidak banyak dilakukan oleh para pesaing bisnis usaha lain yang sejenis atau bahkan tidak dilakukan oleh angkringan tradisional yang memiliki harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan angkringan Dewuyung.

Gambar 2. Medsos Angkringan Dewuyung



DEWUYUNG Angkringan & Snack

Makanan & Minuman

Buka pukul 15:00 - 00:00

Kamis libur

- Tempat Makan
- Tempat Nongkrong
- Tempat Nyekripsi
- Tempat Nugas
- Tempat Galau

wa.me/6288216377562

Gg. Temulawak, Nologaten, Sleman 55281

Varian Makanan Angkringan Dewuyung

Angkringan herbal memiliki jenis makanan yang beragam, diantaranya sate telur, sate kerang, aneka gorengan tempe, tahu, bakwan, gembus, nasi kucing dengan varian teri pedas, tempe oseng, sambal terasi. Ragam minuman herbal juga memiliki banyak pilihan ada es Teh, es jeruk, jahe susu, wedang uwuh, wedang bajigur, kopi hitam, dan lainnya. Angkringan Dewuyung maka perlu adanya peningkatan kualitas baik secara variasi dan makanan agar dapat bersaing dengan *kompetitif* dengan angkringan tradisional maupun angkringan semi *kafe* lainnya. Dengan penambahan variasi makanan di angkringan Dewuyung bukan tidak mungkin pelanggan akan semakin banyak untuk datang nongkrong maupun diskusi.

Angkringan herbal memiliki jenis makanan yang beragam, diantaranya sate telur, sate kerang, aneka gorengan tempe, tahu, bakwan, gembus, nasi kucing dengan varian teri pedas, tempe oseng, sambal terasi. Ragam minuman herbal juga memiliki banyak pilihan ada es Teh, es jeruk, jahe susu, kopi hitam, dan lainnya.

Karyawan Ramah

Kekuatan angkringan juga berupa pelayanan karyawan terhadap pengunjung yang mengutamakan keramahan dan respon yang sopan dan cepat tanggap dalam setiap penyajian makanan maupun minuman yang dijual. Ini menjadi faktor pengunjung akan kembali untuk membeli makanan dan minuman bahkan akan menjadi pelanggan dari usaha angkringan herbal tersebut. Angkringan herbal ini memiliki karyawan 4 orang dengan

mengedepankan pelayanan customer dengan keramahan dan menjunjung kesopanan dan pelayanan cepat tanggap terhadap pesanan customer dalam setiap penyajian makanan maupun minuman yang dijual. Hal ini menjadi peluang yang dapat menjadi faktor pengunjungan kembali untuk membeli makanan dan minuman bahkan akan menjadi pelanggan dari usaha angkringan herbal tersebut. Pemasaran dan manajemen angkringan tradisional yang bersifat sederhana, umumnya sebuah usaha angkringan tradisional tidak memiliki perkembangan yang signifikan, dan usahanya pun tetap bersifat kecil-kecilan dan jarang sekali menjadi usaha yang lebih besar. Namun terlepas dari hal ini, beberapa angkringan kini telah hadir dalam wujud semi-*kafe* dan menggunakan sistem pemasaran dan manajemen yang lebih *kompleks*. Makanan yang dijual pun masih memiliki kemiripan dengan harga yang sedikit berbeda. Angkringan semacam ini dapat dikatakan sebagai angkringan modern yang umumnya berjualan di dalam bangunan dengan banyak meja dan kursi untuk pelanggannya.

Kelemahan Persaingan pada Angkringan Herbal Dewuyung (*streinght*)

Angkringan dewuyung yang menjadi usaha angkringan yang juga memiliki kelemahan jika dibandingkan dengan angkringan tradisional, karena Angkringan Dewuyung yang merupakan harga makanan yang mahal. Angkringan Dewuyung maka perlu adanya penurunan harga pada variasi makanan yang ada di angkringan.

Peluang Yang Dimiliki Angkringan Herbal Dewuyung (*Opportunities*)

Angkringan Yang Berada Di Lokasi Taman Ekowisata Nologaten

Pendiri angkringan herbal merupakan As'ad asal pacitan yang dapat membaca peluang yang ada dengan punya ide bisnis angkringan herbal dengan konsep semi modern. Selain angkringan bisa menjadi satu daya tarik destinasi objek wisata kuliner bagi wisatawan luar Yogyakarta.

Menjadi tidak heran karena letak angkringan herbal yang berada di wilayah ekowisata Nologaten menjadi ramai oleh pengunjung yang ingin menikmati ekowisata Nologaten. Letak angkringan herbal yang strategis tersebut menjadi salah satu potensi yang ditangkap oleh pendiri sebagai sebuah peluang usaha yang menjanjikan, dengan menyediakan tempat yang nyaman dan ragam pilihan makanan yang disediakan harga pun terjangkau menjadikan angkringan herbal ini meraup untung yang tidak sedikit. Peluang usaha ini dikelola dengan baik dengan menerapkan pelayanan customer yang ramah oleh karyawan dan tidak memberikan batasan bagi pengunjung apabila ingin menikmati dalam waktu lama untuk sekedar mengobrol, minum secangkir kopi sambil berdiskusi. Karena wilayah angkringan ini berada di taman ekowisata Nologaten menjadi kelebihan dari angkringan herbal sebagai daya tarik pengunjung ekowisata untuk menikmati makanan yang disediakan oleh angkringan herbal sehingga peluang bisnis tersebut memiliki omset yang terbilang lumayan untuk usaha yang baru berjalan dan baru dirintis.

Ancaman Yang Dimiliki Angkringan Herbal Dewuyung (*Threats*)

Persaingan Dengan Angkringan Tradisional

Namun bukan tidak mungkin angkringan herbal juga mempunyai persaingan dengan bisnis usaha yang serupa yaitu angkringan tradisional. Beberapa pelanggan cenderung memilih angkringan tradisional karena murah. Namun angkringan tradisional yang memiliki manajemen pemasaran yang sederhana, dan termasuk kedalam angkringan dengan jenis usaha tradisional, karena angkringan herbal didirikan oleh perseorangan dan hanya memiliki jumlah karyawan yang sedikit.

Sebagai suatu usaha dengan model semi *kafe* yang menyajikan tidak hanya makanan dan minuman namun juga digunakan untuk tempat diskusi dan tempat nongkrong, sehingga tempat yang mudah dijangkau dan strategis menjadi tolak ukur sebuah usaha banyak dikunjungi oleh pelanggan. Karena kemudahan tempat tersebut menjadikan hal ini menjadi kelemahan bagi angkringan dewuyung yaitu terdapat didalam gang, tersebut juga membuat pelanggan tidak mengetahui adanya angkringan Dewuyung. Sehingga mempengaruhi kedatangan pengunjung ke angkringan Dewuyung sebagai angkringan semi *kafe* untuk tempat nongkrong jika dibandingkan angkringan yang semi *kafe* lainnya sehingga akses untuk menuju tempat tersebut menjadi sulit.

Strategi Pemasaran Berdasarkan SWOT

Hasil pembahasan ini memaparkan mengenai bagaimana angkringan dewuyung di analisis menggunakan teori SWOT. Hal ini antara lain :

Indikator *Strengths* (Kekuatan)

Indikator *Strengths* (kekuatan) pada angkringan Dewuyung adalah pengembangan gaya model angkringan yang menyajikan tema angkringan semi modern, dan pemasaran sosial yang tidak sederhana menggunakan media sosial dan juga pelayanan *customer* yang mengedepankan cepat tanggap dalam penyajian makanan dan minuman kepada *customer*. Kelebihan yang dimiliki angkringan herbal Dewuyung dengan sistem marketing media sosial mengenalkan angkringan Dewuyung kepada masyarakat luas. Media sosial ini melalui gambar video maupun alamat lengkap yang tercantum pada bio media sosial. Sehingga ketika memang masyarakat tertarik dengan angkringan herbal Dewuyung ini maka akan langsung mengetahui alamat dan berkunjung secara langsung ke tempat tersebut. Tidak hanya itu ada keunikan dari Tempat angkringan herbal Dewuyung ini berada di lokasi ekowisata Nologaten Yogyakarta. Dan produk makanan dan minuman yang bervariasi jika dibandingkan dengan angkringan tradisional. Keterampilan karyawan SDM yang dimiliki oleh angkringan herbal Dewuyung Yogyakarta yaitu bagaimana kecepatan dalam pelayanan dan mengantarkan makanan dan minuman bagi pelanggan yang berkunjung ke angkringan herbal Dewuyung. Ini menjadi pelayanan pelanggan yang berbeda jika dibandingkan dengan angkringan tradisional yang pada umumnya hanya memiliki 1 tenaga SDM dan biasanya itu merupakan pemilik usaha angkringan tradisional.

Indikator *Weakness* (Kelemahan)

Lokasi angkringan herbal Dewuyung berada di dalam gang membuat pengunjung sulit dalam akses masuk ke angkringan Dewuyung tersebut. Sehingga tidak banyak yang mengetahui keberadaan angkringan herbal sebagai tempat makan dan minum serta tempat diskusi dan nongkrong dengan teman. Ini membuat tingkat kunjungan pelanggan sedikit dan mempengaruhi omset penjualan makanan dan minuman pada angkringan Dewuyung. Variasi jenis makanan dan minuman di angkringan Dewuyung tidak memiliki harga yang bersaing jika dibandingkan dengan angkringan tradisional karena harga yang lebih mahal. Hal inilah yang membuat angkringan Dewuyung tidak memiliki pelanggan yang banyak.

Indikator *Opportunities* (Peluang)

Peluang dalam bisnis angkringan Dewuyung ini berupa lokasi tempat yang strategis dekat dengan taman ekowisata Nologaten yang dapat menjadi salah satu daya tarik pengunjung untuk menikmati makanan dan minuman di angkringan Dewuyung. Angkringan herbal yang mulai didirikan pada tanggal 1 September 2020 ini dapat melihat peluang bisnis

yang ada di wilayah strategis wisata alam. Pesaing penjualan makanan dan minuman di tempat strategis wilayah ekowisata itu pun belum banyak sehingga menjadi peluang bisnis yang menjanjikan untuk menggaet market konsumen lebih luas dengan memperkecil terjadinya persaingan dengan jenis penjualan makanan dan minuman yang lainnya. Taman wisata nologaten yang memiliki pengunjung setiap harinya untuk menikmati *destinasi* wisata juga sejalan dengan pengunjung angkringan dewuyung. Pengunjung taman eko wisata nologaten yang kebetulan haus atau lapar bisa langsung menikmati makanan dan minuman yang disediakan oleh angkringan Dewuyung.

Hal ini membuat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan untuk Angkringan Dewuyung sebagai angkringan yang mengusung konsep semi *kafe*. Target market yang dekat dengan menonjolkan tempat yang nyaman untuk diskusi dan *nongkrong* sekedar berbincang dengan teman. *Trend* gaya hidup masa kini dimana tempat makan seperti angkringan ataupun sejenisnya tidak hanya dijadikan untuk tempat makan akan tetapi menjadi tempat *nongkrong*. Hal ini yang dilihat oleh pendiri Angkringan Dewuyung As'ad asal pacitan sebagai peluang usaha. Dengan modal uang 5 juta As'ad awal mendirikan usaha angkringan dan membentuk karyawan untuk menjadi pengelola karyawan kemudian usaha tersebut memiliki respon yang positif.

Angkringan Dewuyung memiliki target pasar yaitu anak muda yang kuliah di Yogyakarta dan berasal dari luar kota. Mahasiswa dan para perantauan ini memiliki pola konsumsi makanan dan minuman dengan membeli jika dibandingkan dengan memasak atau menyajikan makanan dikos tempat tinggal para mahasiswa/i tersebut. Sehingga ini menjadi peluang usaha bagi penyedia makanan dan minuman sekaligus tempat makan angkringan semi *kafe* seperti Dewuyung. Melepas penat setelah belajar atau mengerjakan tugas kuliah ataupun bekerja seharian dengan menikmati aneka minuman yang disediakan oleh angkringan Dewuyung sekaligus sebagai tempat *nongkrong* dan bercengkrama dengan kawan.

Threats (Ancaman)

Ancaman dalam bisnis usaha angkringan ini tidak lain memiliki ancaman berupa persaingan usaha dengan angkringan tradisional soal perbandingan harga makanan dan minuman yang disediakan. Harga terjangkau makanan dan minuman angkringan tradisional tidak lain, membuat pengunjung akan memilih angkringan tradisional jika dibandingkan dengan angkringan modern.

Hal ini akan mempengaruhi tingkat kunjungan pelanggan angkringan dewuyung sebagai sistem angkringan semi *kafe* dengan harga yang jauh lebih tinggi. Mayoritas pelanggan yang berkunjung ke angkringan adalah mahasiswa atau anak perantauan kota yang memilih tidak memasak namun memilih untuk membeli makanan dan minuman yang siap santap.

Pelanggan mahasiswa akan memilih angkringan tradisional dengan harga yang lebih terjangkau sehingga ketika angkringan tradisional mengambil alih target pasar mahasiswa yang merasakan bahwa angkringan herbal Dewuyung memiliki harga sedikit mahal untuk varian makanan dan minuman. Perubahan *trend* para pelanggan yang menggunakan angkringan menjadi tempat *nongkrong* dan tempat berkumpul dengan teman dan menghabiskan waktu dengan bersantai melihat ekowisata.

Matriks SWOT

Tabel 2. Matriks SWOT Angkringan Dewuyung

	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
FAKTOR INTERNAL	Angkringan yang menyajikan tema angkringan semi <i>kafe</i> modern.	Lokasi Angkringan Herbal Dewuyung berada di dalam gang.
FAKTOR EKSTERNAL	Sistem marketing media sosial	Harga makanan dan minuman lebih mahal.
PELUANG (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Lokasi tempat yang strategis dekat dengan Taman Ekowisata Nologaten. 2. <i>Trend</i> gaya Angkringan menjaditempat nongkrong.	1.Meningkatkan mutu produk makanan dan minuman dan inovasi. 2. Membuat tempat menjadi menarik dan unik	1.Memanfaatkan lokasi strategis Ekowisata Nologaten 2.Inovasi menjadikan tempat nongkrong yang menarik
ANCAMAN (T)	STRATEGI ST	STRATEGI TW
1.Persaingan usaha dengan angkringan tradisional soal perbandingan harga 2. Angkringan semi <i>kafe</i> dengan harga yang mahal lebih tinggi	1.Memberikan harga makanan dan minuman yang realtif terjangkau. 2.Memilih bahan baku yang berkualitas namun terjangkau	1.Memiliki cabang di lokasi lain. 2.Memperbanyak video dan foto produk di media sosial Angkringan Dewuyung.

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat diringkas menjadi poin-poin seperti berikut:

Matriks Strength (Kekuatan)

1. Angkringan yang menyajikan tema angkringan semi *kafe* modern
2. Sistem marketing media sosial

Matriks Weakness (Kelemahan)

1. Lokasi Angkringan Herbal Dewuyung berada di dalam gang.
2. Harga makanan dan minuman lebih mahal.

FAKTOR EKSTERNAL

Faktor yang mempengaruhi dampak usaha dari luar objek, yaitu meliputi peluang dan ancaman (*Oppurtunity and Threats*).

Matriks Opportunities (Peluang)

1. Lokasi tempat yang strategis dekat dengan Taman Ekowisata Nologaten.

2. Trend gaya Angkringan menjadi tempat nongkrong.

STRATEGI SO

1. Meningkatkan mutu produk makanan dan minuman dan inovasi`
2. Membuat tempat menjadi menarik dan unik

STRATEGI WO

1. Memanfaatkan lokasi strategis Ekowisata Nologaten
2. Inovasi menjadikan tempat nongkrong yang menarik

ANCAMAN (T)

1. Persaingan usaha dengan angkringan tradisional soal perbandingan harga
2. Angkringan semi kafe dengan harga yang mahal lebih tinggi

STRATEGI TW

1. Memiliki cabang di lokasi lain.
2. Memperbanyak video dan foto produk di media sosial Angkringan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT pada angkringan herbal Dewuyung antara lain

Strenghts (Kekuatan) Angkringan herbal Dewuyung antara lain menggunakan marketing media sosial, varian makanan dan minuman yang memiliki tema semi cafe, Karyawan yang ramah dalam pelayanan terhadap customer. *Weakness* (Kelemahan) angkringan herbal Dewuyung antara lain varian makanan dan minuman yang beragam namun harga yang ditawarkan mahal jika dibanding dengan angkringan tradisional yang ada di jalanan; *Opportunities* (peluang) angkringan herbal Dewuyung antara lain. Angkringan yang berada di lokasi taman ekowisata Nologaten. Pendiri angkringan herbal merupakan Asad asal pacitan yang dapat membaca peluang yang ada dengan punya ide bisnis angkringan herbal dengan konsep semi modern. Selain angkringan bisa menjadi satu daya tarik destinasi objek wisata kuliner bagi wisatawan luar Yogyakarta. Menjadi tidak heran karena letak angkringan herbal yang berada diwilayah ekowisata Nologaten menjadi ramai oleh pengunjung yang ingin menikmati ekowisata Nologaten;

Threats (Ancaman) Ancaman dalam bisnis usaha angkringan ini tidak lain memiliki ancaman berupa persaingan usaha dengan angkringan tradisional soal perbandingan harga makanan dan minuman yang disediakan. Harga terjangkau makanan dan minuman angkringan tradisional tidak lain, membuat pengunjung akan memilih angkringan tradisional jika dibandingkan dengan angkringan modern.

Untuk mengoptimalkan penerapan analisis strategi SWOT dengan baik dan berdasarkan hasil peneliti, akan ada beberapa saran yang perlu menjadi pertimbangan antara lain Perlu adanya peningkatan dalam penerapan analisis strategi SWOT agar penjualan dapat ditingkatkan secara optimal khususnya dalam menganalisis peluang yang ada.Promosi perlu dilakukan dengan media sosial dan secara *offline* untuk meningkatkan kunjungan ke angkringan herbal Dewuyung; Strategi penjualan yang dilakukan lebih diperbanyak lagi dan tidak sekedar hanya sebatas strategi tradisional.Perlu adanya perluasan pasar dan angkringan Dewuyung perlu meningkatkan varian makanan dan menawarkan harga yang terjangkau agar menarik pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Azizah, Risyda, Angkringan Sebagai Unsur Tradisional Tempat Interaksi Sosial Masyarakat Perkotaan, Jakarta: Penerbit UIN Jakarta, 2015
- [2] Fajar, Laksana, Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2008 Fayol, Henry, Manajemen Pulic Relation, Jakarta: PT Elex Media, 2010
- [3] Kotler, J.P., Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Prentice Hall. 1997
- [4] _____, Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2001
- [5] Lexy J, Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011
- [6] Permadi, Gilang, Pedagang Kaki Lima Riwayatmu Dulu Nasibmu Kini, Yogyakarta: Yudhistira Ghalia, 2007
- [7] Pearce John dan Robinson Richard, Manajemen Strategis. Jakarta: Salemba Empat, 2008
- [8] Puspa Indrawati, Klara, Lesehan Culture at Yogyakarta Night Space, Yogyakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 2012
- [9] Rangkuti, Freddy, Manajemen Persediaan Aplikasi Bidang Bisnis. Jakarta PT Raja Grafindo Persada, 2004
- [10] _____, Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Jakarta: PT Penerbit Gramedia, 2013
- [11] Stanton, William J., Fundamental of Marketing Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Binarupa Aksara, 1997
- [12] Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Bandung: Alfabeta, 2012
- [13] ____, Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Bandung: Alfabeta, 2009
- [14] Sutiarkoro, Arwiyandra, Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Katalog Rainbow Creative, Semarang: Penerbit: Universitas Diponegoro, 2017
- [15] Swastha, Bashu dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern. Jakarta: CV Agung Seto, 2013
- [16] Tjiptono, Fandy, Pemasaran Jasa. Malang: Bayu Media, 2006
- [17] Zimmerer, Thomas W, Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta: Salemba Empat, 2002