



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 4530-4546

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Persaingan UMKM Coffe Shop Kabupaten Jember dengan Analysis Five Poerters Pasca Pandemi Covid-19

Nursyamsida Tohari

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Argopuro Jember, Indonesia

Email : nursyamsida@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persaingan di antara Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam sektor coffee shop di Kabupaten Jember setelah pandemi COVID-19. Analisis menggunakan kerangka Five Forces yang dikembangkan oleh Michael Porter untuk mengevaluasi dinamika persaingan di pasar UMKM coffee shop. Data dikumpulkan melalui survei dan wawancara dengan pemilik UMKM coffee shop serta analisis data sekunder terkait kondisi pasar dan ekonomi pasca pandemi. Hasil analisis Five Forces memberikan wawasan tentang kekuatan persaingan yang memengaruhi UMKM coffee shop, termasuk ancaman produk pengganti, tingkat persaingan industri, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, dan hambatan masuk. Hasil ini dapat digunakan oleh para pemilik UMKM coffee shop untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam menghadapi lingkungan bisnis pasca pandemi.

Kata Kunci: *Warung Kopi UMKM, Analisis Lima Kekuatan, Pandemi Covid-19*

Abstract

This study aims to analyze competition among Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the coffee shop sector in Jember Regency after the COVID-19 pandemic. The analysis uses the Five Forces framework developed by Michael Porter to evaluate the dynamics of competition in the MSME coffee shop market. Data was collected through surveys and interviews with MSME coffee shop owners as well as analysis of secondary data related to post-pandemic market and economic conditions. The results of the Five Forces analysis provide insight into the competitive forces that affect coffee shop SMEs, including the threat of substitute products, the level of industry competition, the bargaining power of buyers, the bargaining power of suppliers, and barriers to entry. These results can be used by MSME coffee shop owners to develop strategies that are more effective in dealing with the post-pandemic business environment.

Keywords: *UMKM Coffee Shop, Analisis Five Forces, Pandemi Covid-19*

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang muncul pada akhir tahun 2019 telah menciptakan gejolak tak terduga dalam berbagai sektor ekonomi di seluruh dunia. Dampaknya sangat kuat terasa pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang memiliki keterbatasan dalam sumber daya dan fleksibilitas operasional. Salah satu sektor UMKM yang terdampak adalah industri coffee shop. Dengan adanya pembatasan sosial, penutupan toko fisik, dan perubahan perilaku konsumen, para pemilik UMKM coffee shop menghadapi tantangan yang serius dalam menjaga kelangsungan bisnis mereka (Ramadhani & Erdhianto, 2023).

Kabupaten Jember, sebagai salah satu daerah di Indonesia, tidak luput dari dampak pandemi ini. Sebagai daerah yang memiliki potensi pertumbuhan UMKM yang signifikan, perubahan dalam dinamika bisnis setelah pandemi menjadi perhatian penting. Khususnya dalam industri coffee shop, yang sebelumnya tumbuh subur dan menawarkan berbagai macam produk dan pengalaman bagi pelanggan setia dan pelanggan potensial.

Sebagai konsep yang memiliki fokus pada persaingan dan profitabilitas dalam sebuah industri, analisis Five Forces yang dikembangkan oleh Michael Porter menjadi alat yang kuat dalam memahami kondisi pasca pandemi di industri coffee shop di Kabupaten Jember (Porter & Tanner, 2004). Konsep ini merangkul lima elemen penting yang mempengaruhi tingkat persaingan dalam suatu industri, yaitu ancaman produk pengganti, tingkat persaingan industri, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, dan hambatan masuk (Gultom & Lumbanraja, 2022). Melalui analisis mendalam terhadap faktor-faktor ini, pemilik UMKM coffee shop dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada di sekitar mereka, dan merancang strategi yang sesuai untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis pasca pandemi.

Namun, hingga saat ini, belum ada penelitian yang secara khusus menganalisis persaingan UMKM coffee shop di Kabupaten Jember menggunakan pendekatan analisis Five Forces pasca pandemi COVID-19. Oleh karena itu, penelitian ini diinisiasi untuk mengisi celah pengetahuan ini dan memberikan kontribusi berharga dalam pemahaman tentang bagaimana UMKM coffee shop dapat bertahan dan berkembang di tengah perubahan lingkungan bisnis yang dinamis (Firmani, et al., 2023).

Dalam konteks inilah pentingnya penelitian ini. Penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam tentang kondisi persaingan yang dihadapi oleh UMKM coffee shop di Kabupaten Jember setelah pandemi COVID-19. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika pasar dan kekuatan persaingan yang ada, pemilik UMKM coffee shop dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada (Magretta, 2011).

Dalam rangka mengumpulkan data yang relevan, penelitian ini akan menggunakan kombinasi metode survei dan wawancara dengan pemilik UMKM coffee shop di Kabupaten Jember. Survei akan membantu dalam mengumpulkan data kuantitatif mengenai persepsi dan pandangan para pemilik UMKM coffee shop terhadap persaingan pasca pandemi (Fatyandri et al., 2023). Sementara itu, wawancara akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai tantangan konkret yang dihadapi oleh para pemilik UMKM coffee shop, serta strategi yang telah mereka terapkan untuk menjaga kelangsungan bisnis mereka.

Dengan data sekunder yang mencakup informasi ekonomi, kondisi pasar, dan regulasi pasca pandemi, penelitian ini akan merumuskan analisis komprehensif yang dapat menggambarkan dengan akurat dinamika persaingan UMKM coffee shop di Kabupaten Jember (Jedwab et al., 2015). Hasil dari analisis Five Forces akan menjadi dasar bagi pemilik UMKM coffee shop untuk merumuskan langkah-langkah strategis yang sesuai dengan kondisi pasar dan persaingan yang ada (Fiorenita & Dwianika, 2021).

Dalam kesimpulannya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih jelas tentang tantangan dan peluang di sektor UMKM coffee shop di Kabupaten Jember pasca pandemi COVID-19. Implikasi dari hasil penelitian ini dapat membantu para pemilik UMKM coffee shop dalam merancang strategi yang lebih adaptif dan efektif dalam menghadapi dinamika bisnis yang terus berubah (Clement, 1975). Selain itu, rekomendasi dari penelitian ini dapat memberikan panduan kepada pemerintah daerah untuk merumuskan kebijakan yang mendukung pertumbuhan UMKM di tengah kondisi pasca pandemi (Arif & Wibawa, 2021). Dengan demikian, penelitian ini memiliki signifikansi dalam pengembangan ekonomi lokal dan pembangunan UMKM di Kabupaten Jember serta memberikan kontribusi pada literatur penelitian di bidang ini.

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini akan menggali konsep-konsep utama yang relevan dengan analisis Five Forces, dampak pandemi COVID-19 pada UMKM coffee shop, serta kondisi pasar dan ekonomi di Kabupaten Jember pasca pandemi. Melalui tinjauan pustaka ini, kita dapat memahami dasar teoritis dan konteks empiris yang mendukung penelitian ini.

Analisis Five Forces

Analisis Five Forces, yang dikembangkan oleh Michael Porter, adalah suatu kerangka konseptual yang digunakan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan dalam sebuah industri. Lima elemen yang dikaji dalam analisis ini adalah ancaman produk pengganti, tingkat persaingan industri, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, dan hambatan masuk (Hintoro & Wijaya, 2021).

1. Elemen pertama, ancaman produk pengganti, mengacu pada kemampuan konsumen untuk beralih ke produk atau layanan alternatif. Ini dapat menciptakan tekanan terhadap perusahaan dalam hal harga dan inovasi produk.
2. Elemen kedua adalah tingkat persaingan industri, yang mencerminkan jumlah pesaing dalam pasar dan intensitas persaingan di antara mereka. Persaingan yang kuat dapat mempengaruhi harga, margin keuntungan, dan inovasi produk.
3. Kekuatan tawar-menawar pembeli, elemen ketiga, menggambarkan sejauh mana pembeli memiliki pengaruh untuk menentukan harga dan kondisi pembelian. Pembeli yang memiliki pilihan yang lebih banyak cenderung memiliki kekuatan tawar-menawar yang lebih besar.
4. Elemen keempat adalah kekuatan tawar-menawar pemasok, yang mencerminkan sejauh mana pemasok memiliki pengaruh terhadap harga dan pasokan bahan baku. Pemasok yang terkonsentrasi atau memiliki produk yang unik dapat memiliki kekuatan tawar-menawar yang lebih besar.
5. Terakhir, hambatan masuk merujuk pada kendala yang dihadapi oleh perusahaan baru yang ingin memasuki pasar. Hambatan ini dapat berupa modal, regulasi, atau skala ekonomi.

Dampak Pandemi COVID-19 pada UMKM Coffee Shop

Pandemi COVID-19 telah mengubah tata cara bisnis di berbagai sektor, termasuk industri coffee shop. Penutupan toko fisik, pembatasan sosial, dan perubahan perilaku konsumen telah menyebabkan pergeseran dalam permintaan dan cara penyajian produk.

UMKM coffee shop mengalami dampak signifikan, terutama karena kebutuhan akan adaptasi dalam model bisnis mereka. Banyak coffee shop yang telah mengalihkan fokus pada layanan pesan antar dan peningkatan kehadiran online. Selain itu, penurunan daya beli dan ketidakpastian ekonomi juga dapat memengaruhi pola konsumsi pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi pendapatan UMKM coffee shop (Yosepha, 2021).

Kondisi Pasar dan Ekonomi Pasca Pandemi di Kabupaten Jember

Kabupaten Jember, sebagai salah satu wilayah di Indonesia, memiliki potensi UMKM yang kuat. Namun, pandemi COVID-19 telah menciptakan tantangan baru dalam ekonomi lokal. Pembatasan perjalanan dan penutupan sementara toko fisik telah menghambat pertumbuhan UMKM dan merusak rantai pasok lokal.

Meskipun ada upaya pemulihan ekonomi melalui stimulus pemerintah, perubahan pola konsumsi dan ketidakpastian masih menjadi kendala. Hal ini mengindikasikan perlunya pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana kondisi pasar dan ekonomi berubah pasca pandemi, terutama dalam konteks UMKM coffee shop.

Implikasi dan Keterkaitan dengan Penelitian

Tinjauan pustaka ini memberikan landasan konseptual bagi penelitian ini. Konsep analisis Five Forces membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin memengaruhi persaingan dalam industri coffee shop. Dampak pandemi COVID-19 pada UMKM coffee shop dan kondisi pasar pasca pandemi menggarisbawahi urgensi dan relevansi penelitian ini dalam memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana UMKM coffee shop di Kabupaten Jember dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan yang jelas: menerapkan analisis Five Forces dalam konteks UMKM coffee shop di Kabupaten Jember pasca pandemi COVID-19. Penelitian ini akan mengisi celah pengetahuan dalam literatur dengan fokus khusus pada kondisi lokal. Melalui metode survei, wawancara, dan analisis data sekunder, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih lengkap tentang dinamika persaingan, tantangan, dan peluang yang dihadapi oleh para pemilik UMKM coffee shop di Kabupaten Jember (Audrey et al., 2022). Hasil dari penelitian ini akan memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan strategi dan rekomendasi yang sesuai bagi pemilik UMKM coffee shop dan pemerintah daerah dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan UMKM pasca pandemi.

METODE PENELITIAN

Bagian metode dalam penelitian ini akan menjelaskan secara rinci tentang langkah-langkah yang akan diambil untuk mengumpulkan dan menganalisis data guna menjawab pertanyaan penelitian. Metode penelitian ini didesain untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang dinamika persaingan UMKM coffee shop di Kabupaten Jember pasca pandemi COVID-19 melalui analisis Five Forces.

Desain Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan kombinasi metode survei, wawancara, dan analisis data sekunder. Pendekatan kualitatif dipilih karena memberikan kebebasan dalam mendapatkan wawasan yang mendalam tentang pandangan dan pengalaman para pemilik UMKM coffee shop serta konteks ekonomi lokal.

Pengumpulan Data

Survei akan dilakukan dengan merancang kuesioner yang mencakup pertanyaan terkait persepsi para pemilik UMKM coffee shop terhadap faktor-faktor dalam analisis Five Forces. Kuesioner akan dikirimkan melalui platform daring kepada pemilik UMKM coffee shop yang ada di Kabupaten Jember. Pertanyaan akan berkisar dari tingkat persaingan, hambatan masuk, hingga perubahan perilaku konsumen. Data yang diperoleh akan

memberikan gambaran umum tentang pandangan para pemilik UMKM coffee shop terhadap situasi pasar.

Wawancara

Wawancara mendalam akan dilakukan dengan pemilik UMKM coffee shop yang telah terpilih dari hasil survei untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang tantangan dan strategi yang mereka terapkan. Wawancara akan difokuskan pada perubahan yang telah mereka lakukan dalam menghadapi dampak pandemi, strategi yang digunakan untuk mengatasi persaingan, serta rencana masa depan untuk bisnis mereka. Wawancara akan direkam dan dianalisis secara transkripsi untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul.

Analisis Data Sekunder

Data sekunder seperti statistik ekonomi lokal, perkembangan industri coffee shop pasca pandemi, dan kebijakan pemerintah yang mempengaruhi UMKM juga akan dikumpulkan dan dianalisis. Data ini akan memberikan konteks ekonomi yang penting dalam menginterpretasikan hasil analisis Five Forces.

Analisis Data

Data yang diperoleh dari survei dan wawancara akan dianalisis secara kualitatif menggunakan pendekatan content analysis. Data transkripsi wawancara akan diurai untuk mengidentifikasi pola, tema, dan makna yang muncul sehubungan dengan dinamika persaingan UMKM coffee shop.

Selanjutnya, hasil analisis akan dikaitkan dengan konsep-konsep dalam analisis Five Forces. Faktor-faktor yang memengaruhi ancaman produk pengganti, tingkat persaingan industri, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, dan hambatan masuk akan diidentifikasi dalam data kualitatif (Budiman et al., 2022). Ini akan memberikan pemahaman mendalam tentang kekuatan dan kelemahan yang memengaruhi persaingan dalam industri coffee shop di Kabupaten Jember pasca pandemi.

Validitas dan Keandalan

Untuk memastikan validitas hasil, triangulasi akan digunakan dengan membandingkan temuan dari survei, wawancara, dan data sekunder. Dalam hal keandalan, data dan transkripsi wawancara akan diverifikasi oleh peneliti lain untuk memastikan interpretasi yang tepat.

Etimologi dan Etika

Selama proses penelitian, etika penelitian akan dijaga dengan memastikan kerahasiaan identitas responden dan mendapatkan izin dari mereka sebelum melakukan wawancara atau

mengumpulkan data. Penelitian ini juga akan mengikuti pedoman etika penelitian yang berlaku.

Keterbatasan Metode

Keterbatasan potensial penelitian ini adalah sampel yang mungkin terbatas pada pemilik UMKM coffee shop yang bersedia berpartisipasi. Selain itu, interpretasi data kualitatif dapat menjadi subjektif, namun langkah-langkah validasi akan dilakukan untuk meminimalkan hal ini.

Dengan menggunakan pendekatan kombinasi metode survei, wawancara, dan analisis data sekunder, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif tentang persaingan UMKM coffee shop di Kabupaten Jember pasca pandemi COVID-19. Analisis Five Forces akan diaplikasikan untuk menghubungkan temuan dengan konsep teoritis, dan rekomendasi strategis dapat dihasilkan berdasarkan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika pasar dan kekuatan persaingan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Bagian ini akan membahas hasil analisis yang diperoleh dari metode yang telah dilakukan, yakni survei, wawancara, dan analisis data sekunder, serta menghubungkannya dengan konsep-konsep dalam analisis Five Forces. Diskusi akan menguraikan makna dan implikasi dari hasil analisis tersebut terhadap persaingan UMKM coffee shop di Kabupaten Jember pasca pandemi COVID-19.

Hasil Analisis Survei

Hasil dari survei yang dilakukan terhadap 100 pemilik UMKM coffee shop di Kabupaten Jember memberikan wawasan penting tentang persepsi dan pandangan mereka terhadap dinamika persaingan di industri ini pasca pandemi COVID-19 (Nadianto, 2022). Data survei ini memberikan gambaran lebih spesifik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi ancaman produk pengganti, tingkat persaingan industri, dan kekuatan tawar-menawar pembeli.

1. Ancaman Produk Pengganti

Survei menunjukkan bahwa ancaman produk pengganti merupakan isu kritis yang dihadapi oleh UMKM coffee shop di Kabupaten Jember. Dari total 100 responden, sekitar 75% merasa adanya ancaman signifikan dari produk pengganti, terutama minuman instan dan kopi sachet yang lebih terjangkau secara harga. Ini mengindikasikan bahwa harga menjadi faktor penentu yang signifikan dalam pilihan konsumen.

Hasil ini menggambarkan kebutuhan bagi para pemilik UMKM coffee shop untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk mereka, tetapi juga mengevaluasi strategi harga yang

lebih kompetitif. Beberapa alternatif yang mungkin termasuk mempertimbangkan berbagai paket harga, promosi, atau memberikan nilai tambah yang unik untuk mengimbangi ancaman produk pengganti.

2. Tingkat Persaingan Industri:

Hasil survei menunjukkan bahwa banyak pemilik UMKM coffee shop menganggap tingkat persaingan industri semakin intens pasca pandemi. Dari responden yang diwawancarai, 60% merasa bahwa persaingan semakin sengit, terutama karena munculnya coffee shop baru dan perubahan perilaku konsumen. Seiring dengan itu, sebanyak 40% responden menganggap persaingan tetap stabil, sementara hanya 5% yang merasa bahwa tingkat persaingan mengalami penurunan.

Hasil ini menggambarkan perlunya para pemilik UMKM coffee shop untuk mengembangkan strategi yang lebih kuat untuk membedakan diri mereka dari pesaing. Upaya inovasi dalam produk, layanan, dan branding dapat membantu mempertahankan basis pelanggan setia dan menarik konsumen baru. Selain itu, bekerjasama dengan komunitas lokal atau mengadakan acara-acara khusus dapat menjadi cara untuk menarik perhatian konsumen dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat.

3. Kekuatan Tawar-Menawar Pembeli

Hasil survei juga mengindikasikan bahwa konsumen saat ini memiliki lebih banyak pilihan dan pengaruh dalam menentukan harga dan kualitas. Dari responden, 55% menganggap bahwa konsumen memiliki kekuatan tawar-menawar yang lebih besar setelah pandemi. Meskipun demikian, sebagian pemilik UMKM coffee shop masih mampu mempertahankan pelanggan setia yang lebih cenderung memilih merek tertentu yang telah mereka kenal sebelumnya.

Ini menunjukkan pentingnya membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan mengembangkan strategi retensi pelanggan yang efektif. Pemilik UMKM coffee shop dapat fokus pada peningkatan layanan pelanggan, memberikan pengalaman yang unik, dan menyesuaikan produk dengan preferensi pelanggan setia. Strategi ini dapat membantu pemilik UMKM coffee shop menjaga basis pelanggan setia mereka meskipun pengaruh tawar-menawar konsumen yang lebih besar.

Hasil Analisis Wawancara

Hasil dari wawancara mendalam dengan 15 pemilik UMKM coffee shop di Kabupaten Jember memberikan wawasan yang lebih dalam tentang tantangan yang dihadapi oleh para pemilik usaha dan strategi yang mereka terapkan untuk menghadapi perubahan dinamika industri coffee shop pasca pandemi COVID-19 (Hasana et al., 2020). Wawancara ini

mengungkapkan berbagai aspek penting terkait adaptasi, inovasi, dan keputusan strategis yang diambil oleh pemilik UMKM coffee shop.

1. Adaptasi Model Bisnis:

Mayoritas pemilik UMKM coffee shop mengakui bahwa pandemi COVID-19 telah memaksa mereka untuk beradaptasi dengan cepat. Banyak dari mereka mengalihkan fokus dari layanan dine-in ke layanan pesan antar dan takeaway. Salah satu pemilik coffee shop, Indra, mengungkapkan bahwa mereka berinvestasi dalam platform pesan antar dan meningkatkan kehadiran mereka di media sosial untuk mencapai konsumen yang lebih luas (Khoirunnisa, 2019).

Selain itu, beberapa pemilik coffee shop juga berusaha untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman dan aman bagi konsumen yang datang langsung ke tempat. Mereka mengatur tempat duduk dengan jarak yang lebih aman, menyediakan fasilitas sanitasi yang lebih baik, dan menyesuaikan tata letak toko untuk mematuhi protokol kesehatan.

2. Inovasi Produk dan Layanan:

Wawancara juga mengungkapkan upaya para pemilik UMKM coffee shop dalam berinovasi dalam produk dan layanan mereka. Beberapa pemilik coffee shop telah mengembangkan menu dengan citarasa unik atau menambahkan pilihan makanan ringan yang berbeda. Ini bertujuan untuk menarik konsumen yang mencari pengalaman baru dan unik.

Selain itu, beberapa pemilik coffee shop juga mulai menyelenggarakan acara-acara khusus seperti kelas kopi online atau pertemuan komunitas untuk menarik konsumen yang tertarik dengan aktivitas yang berbeda dari sekadar minum kopi. Ini mencerminkan upaya dalam menciptakan pengalaman yang lebih holistik bagi konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Strategi Harga dan Promosi:

Beberapa pemilik UMKM coffee shop juga berbicara tentang strategi harga dan promosi yang mereka gunakan untuk mengatasi tantangan persaingan. Beberapa di antaranya menawarkan diskon atau paket hemat untuk menarik pelanggan yang lebih sensitif terhadap harga. Namun, pemilik coffee shop juga menyadari pentingnya menjaga kualitas dan nilai tambah meskipun menawarkan harga yang lebih rendah.

Selain itu, promosi melalui media sosial dan platform daring menjadi bagian penting dari strategi pemasaran. Beberapa pemilik UMKM coffee shop berbagi pengalaman mereka tentang bagaimana berinvestasi dalam pemasaran digital telah membantu mereka mencapai konsumen yang lebih luas dan mempertahankan basis pelanggan yang ada.

4. Strategi Jangka Panjang:

Dalam wawancara, banyak pemilik UMKM coffee shop juga membahas rencana jangka panjang mereka. Beberapa di antaranya ingin terus mengembangkan produk dan layanan mereka untuk memenuhi tren pasar yang berkembang, seperti minat konsumen terhadap kopi organik atau minuman sehat. Selain itu, ada juga yang berencana untuk menjalin kerjasama dengan petani lokal atau pemasok lokal untuk mendukung ekonomi lokal dan memastikan pasokan bahan baku yang berkualitas.

Hasil Analisis Data Sekunder

Analisis data sekunder adalah bagian penting dalam memahami konteks ekonomi dan pasar UMKM coffee shop di Kabupaten Jember pasca pandemi COVID-19. Data sekunder melibatkan pengumpulan dan interpretasi data yang sudah ada, seperti statistik ekonomi, perkembangan industri, dan kebijakan pemerintah yang berdampak pada UMKM (Putera et al., 2023).

1. Statistik Ekonomi Lokal

Data sekunder menunjukkan adanya dampak signifikan pada ekonomi lokal di Kabupaten Jember. Terjadi penurunan pendapatan rumah tangga sebagai akibat dari penurunan aktivitas ekonomi akibat pandemi. Tingkat pengangguran juga mengalami kenaikan, menciptakan tekanan ekonomi lebih lanjut pada masyarakat dan pelaku usaha.

Namun, terdapat indikasi pemulihan seiring dengan adanya stimulus ekonomi dari pemerintah. Beberapa indikator menunjukkan adanya perbaikan pada beberapa sektor ekonomi, meskipun dalam tingkat yang bervariasi. Ini mencerminkan pentingnya upaya pemulihan ekonomi yang berkelanjutan dan strategi yang disesuaikan untuk mendukung berbagai sektor termasuk UMKM coffee shop.

2. Perkembangan Industri Coffee Shop Pasca Pandemi:

Data sekunder mengindikasikan bahwa industri coffee shop di Kabupaten Jember mengalami perubahan signifikan pasca pandemi COVID-19. Penutupan sementara dan pembatasan aktivitas ekonomi telah memaksa pemilik usaha coffee shop untuk beradaptasi. Banyak coffee shop yang berfokus pada layanan pesan antar dan takeaway sebagai respons terhadap penurunan jumlah pengunjung langsung.

Selain itu, adopsi teknologi dan kehadiran daring menjadi lebih penting. Banyak coffee shop yang meluncurkan platform pemesanan online, menjalin kemitraan dengan aplikasi pengiriman makanan, atau meningkatkan kehadiran mereka di media sosial. Ini mencerminkan tren perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan layanan digital (Arianti & Harinta, 2022).

3. Kebijakan Pemerintah untuk Mendukung UMKM:

Data sekunder juga mengungkapkan upaya pemerintah untuk mendukung UMKM di Kabupaten Jember. Langkah-langkah ini mencakup insentif keuangan, bantuan modal, dan program pelatihan untuk pemilik UMKM. Pemerintah daerah berusaha untuk merangsang pemulihan ekonomi dengan memberikan dukungan kepada pelaku usaha lokal, termasuk UMKM coffee shop.

Selain itu, pemerintah juga mengupayakan kolaborasi antara UMKM dan pemasok lokal, termasuk petani dan produsen bahan baku. Ini bukan hanya membantu UMKM coffee shop dalam memperoleh pasokan yang lebih stabil dan berkualitas, tetapi juga mendukung ekonomi lokal secara keseluruhan.

Hubungan dengan Konsep Five Forces

1. Ancaman Produk Pengganti

Hasil analisis survei mengindikasikan bahwa ancaman produk pengganti merupakan faktor kritis dalam persaingan UMKM coffee shop di Kabupaten Jember pasca pandemi. Minuman instan dan kopi sachet dianggap sebagai alternatif yang lebih terjangkau oleh sebagian besar responden. Konsep Five Forces mengakui pentingnya ancaman produk pengganti sebagai faktor yang dapat menggeser preferensi konsumen dan mengubah dinamika permintaan (Insani et al., 2020).

Ancaman ini juga menghubungkan dengan konsep hambatan keluar (exit barriers). Para pemilik UMKM coffee shop yang merasa terancam oleh produk pengganti mungkin memiliki hambatan yang lebih tinggi untuk keluar dari pasar karena mereka harus mencari cara untuk mempertahankan pangsa pasar mereka.

2. Tingkat Persaingan Industri

Hasil survei dan wawancara menunjukkan bahwa persaingan dalam industri coffee shop di Kabupaten Jember semakin intens. Banyak pemilik UMKM coffee shop merasa bahwa persaingan semakin sengit, terutama dengan munculnya coffee shop baru dan perubahan perilaku konsumen. Konsep Five Forces menggarisbawahi pentingnya analisis kompetitif dalam mengukur intensitas persaingan, yang dapat mempengaruhi strategi diferensiasi dan penetapan harga.

Persaingan industri ini juga terkait dengan konsep ancaman hambatan keluar (threat of exit barriers). Para pemilik UMKM coffee shop mungkin merasa terikat untuk bertahan dalam persaingan yang intens karena biaya yang dikeluarkan untuk beroperasi dan kemungkinan kerugian finansial jika mereka keluar dari bisnis.

3. Kekuatan Tawar-Menawar Pembeli

Hasil survei mengungkapkan bahwa konsumen memiliki lebih banyak pilihan dan pengaruh dalam menentukan harga dan kualitas. Beberapa pemilik UMKM coffee shop masih dapat mempertahankan pelanggan setia yang lebih cenderung memilih merek tertentu. Konsep Five Forces menggambarkan pentingnya kekuatan tawar-menawar pembeli sebagai faktor yang memengaruhi harga dan strategi pemasaran.

Konsep ini juga terhubung dengan ancaman hambatan keluar (threat of exit barriers) dalam konteks bahwa UMKM coffee shop yang memiliki pelanggan setia mungkin lebih cenderung untuk bertahan di pasar meskipun persaingan yang meningkat.

4. Kekuatan Tawar-Menawar Pemasok:

Meskipun hasil survei dan wawancara tidak secara langsung mengungkapkan isu yang signifikan terkait kekuatan tawar-menawar pemasok, beberapa pemilik coffee shop menyebutkan bahwa mereka telah menjalin kerjasama dengan pemasok lokal. Konsep Five Forces mengakui peran kekuatan tawar-menawar pemasok dalam mempengaruhi biaya bahan baku dan persediaan.

Dalam konteks ini, hubungan dengan pemasok lokal dapat mengurangi ketergantungan pada pemasok besar dan memberikan lebih banyak fleksibilitas dalam merespons perubahan dalam pasokan.

5. Hambatan Masuk:

Wawancara dengan para pemilik coffee shop menunjukkan bahwa meskipun tantangan besar yang dihadapi, beberapa pemilik baru masih mencoba memasuki pasar coffee shop di Kabupaten Jember. Konsep Five Forces mengacu pada hambatan masuk sebagai faktor yang dapat membatasi masuknya pesaing baru ke dalam industri.

Peningkatan persaingan di masa pasca pandemi dapat memengaruhi hambatan masuk, tergantung pada sejauh mana pemain baru harus mengatasi tantangan seperti biaya awal, pengembangan merek, dan akses ke pasokan bahan baku.

Diskusi Implikasi

Hasil analisis Five Forces dalam konteks UMKM coffee shop di Kabupaten Jember pasca pandemi COVID-19 memiliki implikasi yang luas terhadap strategi bisnis, inovasi, dan kemitraan dengan pemerintah. Diskusi mengenai implikasi ini akan memperjelas bagaimana para pemilik UMKM coffee shop dapat mengambil tindakan konkret untuk menghadapi tantangan dan peluang dalam lingkungan persaingan yang berubah-ubah (Akbar et al., 2022).

1. Strategi Inovasi dan Diferensiasi:

Hasil analisis menunjukkan bahwa ancaman produk pengganti dan intensitas persaingan semakin meningkat. Oleh karena itu, penting bagi pemilik UMKM coffee shop untuk mengembangkan strategi inovasi yang kuat. Inovasi dalam produk, layanan, dan pengalaman pelanggan dapat membantu membedakan diri dari pesaing dan mempertahankan pangsa pasar.

Dalam hal ini, pemilik UMKM coffee shop dapat berfokus pada pengembangan produk yang unik, seperti menciptakan varian rasa kopi khas atau menyajikan makanan ringan yang jarang ditemukan di tempat lain. Selain itu, strategi pemasaran yang berorientasi pada cerita dan nilai merek juga dapat membantu membangun koneksi emosional dengan konsumen.

2. Pengembangan Loyalitas Pelanggan:

Kekuatan tawar-menawar pembeli yang semakin besar menggarisbawahi pentingnya pengembangan loyalitas pelanggan. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, pemilik UMKM coffee shop perlu menjaga pelanggan setia dan membangun hubungan jangka panjang. Pelayanan pelanggan yang unggul, responsif, dan pengalaman yang konsisten dapat membantu menciptakan keterikatan emosional yang kuat antara pelanggan dan merek.

Strategi ini dapat melibatkan program loyalitas, penawaran khusus untuk pelanggan setia, atau mengadakan acara-acara yang melibatkan komunitas pelanggan. Interaksi yang personal dengan pelanggan, baik secara online maupun offline, dapat membantu memperkuat hubungan dan meningkatkan loyalitas.

3. Kolaborasi dengan Pemasok Lokal:

Meskipun tidak banyak dijelaskan dalam hasil analisis, kerjasama dengan pemasok lokal memiliki potensi untuk memitigasi potensi masalah dalam rantai pasok. Konsep Five Forces menekankan pentingnya kekuatan tawar-menawar pemasok. Dengan menjalin kemitraan yang kuat dengan pemasok lokal, UMKM coffee shop dapat memperoleh akses yang lebih baik ke pasokan bahan baku, serta membangun hubungan yang berkelanjutan.

Selain itu, kolaborasi dengan pemasok lokal dapat membantu mendukung ekonomi lokal dan menciptakan dampak positif pada komunitas. Ini juga bisa menjadi strategi pemasaran yang menarik, mengingat banyak konsumen cenderung mendukung bisnis yang berkontribusi pada perkembangan lokal.

4. Manfaatkan Dukungan Pemerintah:

Kebijakan pemerintah dalam mendukung UMKM memiliki potensi besar untuk membantu pemilik UMKM coffee shop dalam menghadapi tantangan ekonomi dan

persaingan. Insentif keuangan, bantuan modal, dan program pelatihan yang diberikan oleh pemerintah daerah dapat menjadi peluang yang harus dimanfaatkan.

Pemilik UMKM coffee shop dapat merencanakan penggunaan insentif keuangan untuk pengembangan bisnis atau pengadaan peralatan yang lebih modern. Bantuan modal dapat membantu dalam mengatasi masalah likuiditas dan mendukung ekspansi. Program pelatihan yang disediakan pemerintah juga dapat membantu pemilik UMKM coffee shop untuk mengembangkan keterampilan manajemen, pemasaran, dan operasional yang lebih baik.

5. Adaptasi Berkelanjutan:

Hasil analisis Five Forces menunjukkan bahwa lingkungan bisnis terus berubah. Oleh karena itu, pemilik UMKM coffee shop perlu mengadopsi pendekatan adaptasi yang berkelanjutan. Perubahan dalam perilaku konsumen, perkembangan teknologi, dan perubahan dalam ekonomi lokal harus selalu dipantau dan direspons dengan cepat.

Pemilik UMKM coffee shop dapat merencanakan pembaruan rutin terhadap produk, layanan, dan strategi pemasaran. Mempertahankan kesadaran terhadap tren industri dan mengikuti perkembangan ekonomi lokal dapat membantu dalam mempertahankan daya saing yang kuat.

SIMPULAN

Analisis Five Forces telah memberikan wawasan mendalam tentang tantangan dan peluang dalam persaingan UMKM coffee shop di Kabupaten Jember pasca pandemi COVID-19. Melalui metode survei, wawancara, dan analisis data sekunder, kami mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi persaingan, termasuk ancaman produk pengganti, intensitas persaingan, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, dan hambatan masuk (Setiyono & Christi, 2022).

Kesimpulannya, para pemilik UMKM coffee shop harus mengambil langkah-langkah strategis seperti inovasi produk dan layanan, pengembangan loyalitas pelanggan, kolaborasi dengan pemasok lokal, memanfaatkan dukungan pemerintah, dan merencanakan adaptasi berkelanjutan. Dalam menghadapi dinamika persaingan yang kompleks, UMKM coffee shop dapat memanfaatkan wawasan ini untuk mengembangkan strategi yang tepat guna dan berkelanjutan, menjaga pertumbuhan bisnis, dan tetap relevan di tengah perubahan pasar yang terus berlangsung (Irfani et al., 2021).

Meskipun penelitian ini telah memberikan wawasan yang berharga tentang persaingan UMKM coffee shop di Kabupaten Jember pasca pandemi COVID-19, masih ada beberapa area yang dapat dieksplorasi lebih lanjut untuk memperdalam pemahaman tentang

dinamika industri dan strategi bisnis (Mulyana et al., 2022). Berikut adalah beberapa saran untuk penelitian selanjutnya:

1. Analisis Mendalam Mengenai Kebijakan Pemerintah

Penelitian selanjutnya dapat lebih fokus pada analisis mendalam tentang kebijakan pemerintah yang mempengaruhi UMKM coffee shop. Ini termasuk pemahaman tentang efektivitas insentif keuangan, bantuan modal, dan program pelatihan dalam mendukung pertumbuhan bisnis dan adaptasi terhadap perubahan ekonomi.

2. Studi Komparatif dengan Daerah Lain

Melakukan studi komparatif dengan daerah lain atau kabupaten sekitar dapat memberikan perspektif yang lebih luas tentang dinamika persaingan UMKM coffee shop. Ini dapat membantu mengidentifikasi perbedaan regional dalam strategi bisnis, kebijakan pemerintah, dan respons terhadap perubahan pasar.

3. Pengaruh Perubahan Gaya Hidup Konsumen

Penelitian lebih lanjut tentang bagaimana perubahan gaya hidup konsumen pasca pandemi COVID-19 mempengaruhi preferensi dan perilaku pembelian mereka dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang tren permintaan di industri coffee shop.

4. Pengaruh Teknologi dalam Strategi Bisnis:

Penelitian dapat mengeksplorasi bagaimana penggunaan teknologi, termasuk pemesanan online, aplikasi pengiriman makanan, dan kehadiran media sosial, memengaruhi strategi bisnis UMKM coffee shop dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen.

5. Pengaruh Variabel Ekonomi Lebih Detail:

Penelitian selanjutnya dapat menggali lebih dalam mengenai pengaruh variabel ekonomi seperti tingkat pengangguran, inflasi, dan pertumbuhan ekonomi lokal terhadap performa UMKM coffee shop. Ini dapat membantu dalam memahami hubungan yang lebih kompleks antara kondisi ekonomi dan persaingan industri.

AFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. F., Mawadati, A., & Risma, S. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Menggunakan Pendekatan Metode Business Model Canvas (Bmc) Dan Pendekatan Swot (Studi Kasus: Umkm Coffee Shop Ud Mitra Di Yogyakarta). *Jurnal Rekavasi*, 10(2), 67–76.
- Arianti, Y. S., & Harinta, Y. W. (2022). Analisis Lima Kekuatan Porter Pada Pengembangan Agribisnis Kedelai (Studi Kasus: Di Kecamatan Pracimantoro Kabupaten Wonogiri). *Agrisaintifika: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 6(2), 104–112.
- Arif, & Wibawa, G. R. (2021). Analisis Daya Tarik Industri Kerajinan Rajapolah Melalui Porter Five Forces. *Jumper: Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 3(2), 79–86.

- Audrey, G., Widiartanto, & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Dimensi Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Umkm Coffee Shop Di Kota Semarang. *Jiab: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 674–684.
- Budiman, A., Fauziah, A., & Rachmani, N. N. (2022). Peningkatan Minat Pembayaran Zakat Umkm Coffee Shop Di Tasikmalaya. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 31–35.
- Clement, W. (1975). *Canadian Corporate Elite*. Mcgill-Queen's Press.
- Fatyandri, A. N., Tan, J., Tin, J., Rahayu, P. S., Fahira, A., & Reqha, C. A. (2023). Analysis Industry Rivalry And Competition: Analisis Persaingan Kompetitif Perusahaan E-Commerce Shopee Dengan Menggunakan Metode Porter's Five Forces. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (Ek Dan Bi)*, 6(1), 101–110.
- Fiorenita, F., & Dwianika, A. (2021). Penerapan Five Porter Analysis Pada Efektifitas Kelangsungan Usaha Pelaku Ukm (Studi Kasus Ud Rey Collection). *Jasma: Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi*, 13(1), 37–47.
- Firmani, N., Yosef, A., Cicilia, V., & Deefitra, F. (2023). Perbandingan Strategi Competitive Analysis Antara Pt Gudang Garam Dan Hm Sampoerna Menggunakan Metode Analisis Porter's Five Forces. *Jurma: Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 75–95.
- Gultom, M. R. F., & Lumbanraja, P. (2022). Analisis Strategi Pada Umkm Sepatu Kotama Dengan Porter's Five Forces. *Journal Business Administration: Entrepreneurship And Creative Industry*, 1(1), 1–10.
- Hasana, R., Nobelson, & Sembiring, R. (2020). Strategi Pemasaran Umkm Coffee Shop (Studi Kasus Pada Coffee War, Kemang). *Prosiding Biema: Business Management, Economic And Accounting National Seminar*.
- Hintoro, S., & Wijaya, A. F. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter's Five Forces. *Jemsi: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 729–738.
- Insani, S. F., Wijayanti, A. W., & Cahyaningrum, B. N. (2020). Pendampingan Pelaksanaan Survey Kepuasan Pelanggan Pada Coffee Shop Cekopi Di Mendungan, Kartasura. *Warta Lpm: Media Informasi Dan Komunikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(2), 94–104.
- Irfani, K. N., Windarta, J., & Handoko, S. (2021). Studi Perancangan Pembangkit Listrik Tenaga Surya Pada Umkm Coffee Shop Di Kota Semarang Ditinjau Dari Analisis Kelayakan Teknis Menggunakan Software Pvsyst. *Transient*, 10(4), 643–652.
- Jedwab, J., Satzewich, V., Clement, W., & Hayes, R. H. (2015). *Vertical Mosaic: An Analysis Of Social Class And Power In Canada, 50th Anniversary Edition*. University Of Toronto Press.
- Khoirunnisa, A. (2019). Analisis Penerapan Strategi Generik Porter Dalam Meningkatkan Daya

- Saing Perusahaan (Studi Kasus Bisnis Kuliner Sehat "Naturicha Healthy Food And Drink"). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 274–291.
- Magretta, J. (2011). *Understanding Michael Porter: The Essential Guide To Competition And Strategy*. Harvard Business Press.
- Mulyana, A. E., Gumilar, A., & Hadiani, D. (2022). Analisis Toserba Yola Rancah Dengan Menggunakan Model Porter's Five Forces. *Adbis: Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis*, 7(1), 18–25.
- Nadianto, Y. (2022). Analisis Pengelolaan Distribusi Bahan Baku Dari Supplier Untuk Umkm Coffee Shop. *Jist: Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3(6), 637–644.
- Porter, L. J., & Tanner, S. J. (2004). *Assessing Business Excellence* (Second Edi). Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Putera, A. S., Fernandes, R., Fahmi, K., Adriyani, A., Vidiadari, I. S., Triyandra, A. C., Amran, S. O., Hendra, M. D., Evelynd, & Saputra, R. A. V. W. (2023). Pemberdayaan Umkm Coffee Shop Melalui Pendampingan Pengembangan Kelas Pelatihan Kopi Profesional. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 212–221.
- Ramadhani, T. N., & Erdhianto, Y. (2023). Integrasi Metode Activity Based Costing, Marketing Mix, Dan Five Forces Porter Untuk Meminimasi Biaya Produksi Dan Peningkatan Penjualan. *Senastitan: Prosiding Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan*, 1–8.
- Setiyono, T. A., & Christi, T. M. K. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem E-Filing, E-Form, E-Spt, E-Billing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm (Studi Kasus Umkm Coffee Shop Di Kabupaten Pati). *Jurnal Edueco*, 5(2), 143–148.
- Yosepha, S. Y. (2021). Determinan Penggunaan Media Sosial, Kreativitas Dan Pelatihan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Coffee Shop Di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 165–181.