

## ANALISIS STRATEGI BERSAING DI ELORA COFFEE ROASTERY DI KOTA BATAM

Lastaria Malau

Mahasiswa Jurusan Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Batam  
lastaria@btp.ac.id

Dailami

Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Batam  
dailami@btp.ac.id

Moh. Thandzir

Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Batam  
thandzir@btp.ac.id

Wahyudi Ilham

Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Batam  
Ilham@btp.ac.id

Haufi Sukmamedian

Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam  
haufi@btp.ac.id

### ABSTRACT

*The competitive strategy applied by Elora Coffee Roastery is to maintain quality, both in terms of products and service. After ensuring quality, Elora Coffee Roastery also focuses on maintaining the consistency of the taste it provides. Additionally, Elora provides a comfortable and strategic location that makes customers feel safe and at ease when visiting. Elora Coffee Roastery also has advantages that allow it to grow and sustain itself, such as having a comfortable space and a strategic location, affordable prices, superior quality of coffee beans, and the opportunity to serve as a learning platform for new baristas entering the food and beverage industry. With the strategy and advantages Elora Coffee Roastery possesses, the plan moving forward to stay competitive and thrive is to create new and unique flavor variations that stand out from other coffee shops, and to be more active on social media to attract visitors.*

**Keywords:** *Competitive Strategy Analysis*

### PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang berkembang dengan beragam tingkat potensi wisata. Pariwisata di Indonesia juga menjadi salah satu sektor ekonomi penting yang ada di Indonesia. Pariwisata di Indonesia juga sempat mengalami kerugian akibat dampak *covid-19*. Tetapi pariwisata di Indonesia berangsur pulih. Dengan berkembangnya pariwisata khususnya di Kota Batam, wisatawan dari dalam negeri maupun dari luar negeri banyak yang berkunjung ke kota batam sebagai salah satu destinasi wisata untuk berlibur. Kota batam memiliki banyak aspek potensi wisata seperti Pantai, kebudayaan, *coffee shop* yang bisa untuk wisatawan yang datang melakukan WFH (*work from home*) atau hanya ingin menikmati suasana.

Industri pariwisata bisa diartikan sekelompok bidang usaha yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh mereka yang melakukan.

Undang-undang pariwisata No. 10 Tahun 2009 Pasal 14 tentang kepariwisataan. Makanan dan

minuman adalah kebutuhan pokok yang harus dipenuhi setiap orang dan tidak dapat digantikan dengan yang lain. (Mukhamad Ali Mabruuri, 2017).

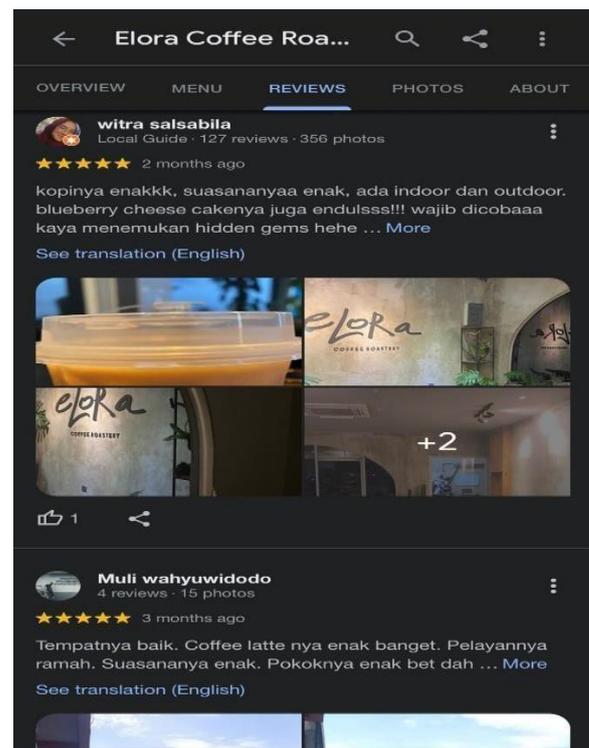
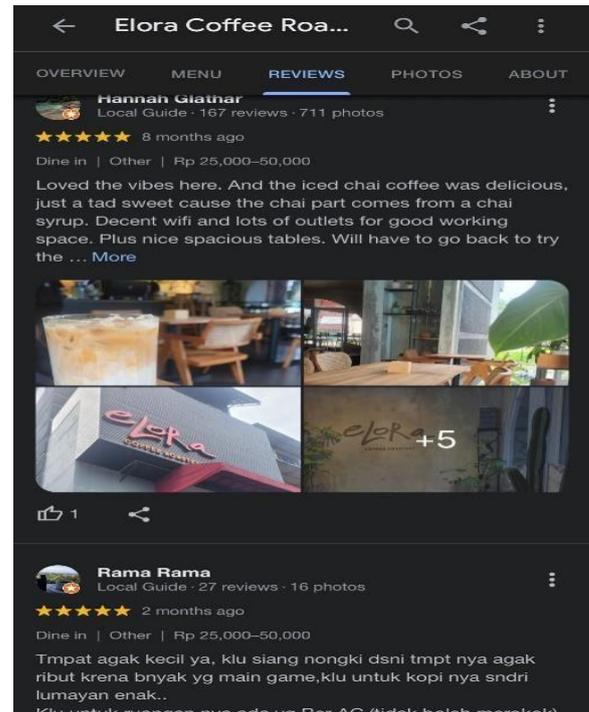
*Coffee shop* merupakan industri yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang memiliki tempat dan suasana yang lebih santai dan nyaman, adanya transaksi jual beli antara penjual dan pembeli, bukan hanya pelayanan terhadap pelanggan. Sejarah coffee shop sendiri berasal dari Amerika yang dimana ciri pelayanannya dan cara penyajiannya dengan secara cepat. Sejarah kopi ini barawal pada tahun 1475. Kiva Han merupakan nama kedai kopi pertama yang terletak di Constatinopel (Istanbul) Turki. Kopi di turki sendiri mempunyai tekstur yang kental, warnanya berwarna gelap, dan cara penyajiannya tidak disaring. Kopi merupakan salah satu hal yang penting pada saat itu di Turki. Keunikan kopi pada saat itu yaitu kopi bisa menjadi hal yang legal bagi istri untuk menceraikan suaminya jika dirumah tidak mampu menyediakan ketersediaan kopi dirumah. (Adhistyo W & Nugraheni, 2020)

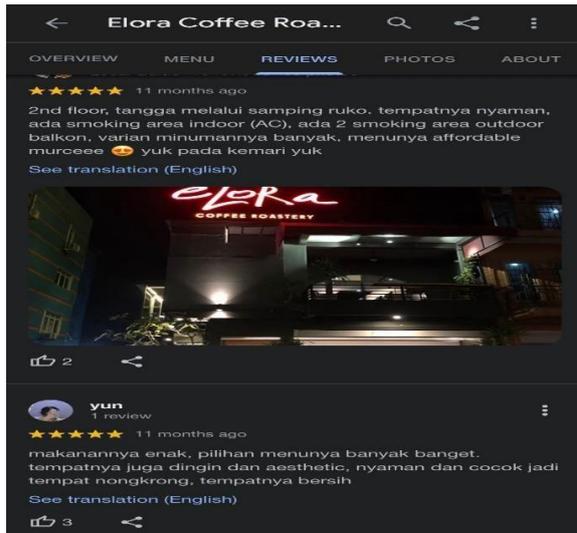
Seturut perkembangan saat ini, berbagai macam *coffee shop* yang dapat kita kunjungi khususnya di daerah Kota Batam. Salah satu perkembangan *coffee shop* adalah *coffee roastery*. *Coffee roastery* dan *coffee shop* memiliki perbedaan yang sangat signifikan.

*Coffee roastery* merupakan tempat dengan ruangan khusus untuk tim *roaster professional* bekerja mengolah, menyangrai, dan menjual kembali dari biji kopi yang belum disangrai menjadi biji kopi yang siap diseduh. Salah satu teknik untuk menganalisa rasa yang tercipta dari biji kopi adalah dengan teknik *coffee cupping*. Untuk melakukan *coffee cupping* melibatkan lebih dari 3 *roaster* untuk mencicip bubuk kopi yang diseduh setelah sangrai, dari mulai aroma setelah digiling hingga profil rasa. *Coffee roastery* di Kota Batam sendiri saat ini sudah ada lumayan banyak. Salah satunya Elora Coffee Roastery.

Elora Coffee Roastery merupakan suatu jenis bisnis pada industri *roastery* berdiri pada tahun 2022 yang berlokasi di Komplek Ruko Palm Spring, Taman Baloi, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau. Elora sendiri awalnya hadir untuk menjadi sarana pendukung dalam melahirkan barista yang handal dan memiliki keahlian yang unggul di provinsi Kepulauan Riau. Melalui proses yang Panjang dibawah LPK Global Lentera Kasih, Elora berkolaborasi dalam melaksanakan pelatihan barista khususnya di Kota Batam dan sekitarnya. Elora sendiri bisa menjadi wadah untuk magang untuk barista-barista yang telah melakukan proses pelatihan. Selain itu, Elora Coffee Roastery juga memiliki biji kopi yang di sangrai sendiri. Biji kopi yang telah di sangrai itu selanjutnya akan dikemas untuk dijual kembali ataupun digunakan untuk produksi produk di Elora Coffee Roastery itu sendiri maupun dipasarkan kembali, walaupun memiliki harga yang lumayan mahal tetapi kualitas dari biji kopi yang sudah jadi ini memiliki kualitas yang premium. *Black Hambela G1*, *Brazilian Bourbon*, *Dumerso* merupakan beberapa nama *filter beans* yang di *roasting* oleh Elora. Elora Coffee Roastery memiliki lokasi yang kecil tetapi memiliki banyak kelebihan didalamnya seperti suasana yang sangat nyaman, harga makanan dan minuman yang dibawah pasaran kopi susu sewajarnya di Kota Batam seperti kopi susu elora yang memiliki harga Rp. 20.000 dan sangat terjangkau untuk kalangan menengah ke bawah yang menjadikan Elora Coffee Roastery ini menjadi langganan bagi mudamudi batam khususnya bagi pelajar yang ingin mengerjakan tugas mereka.

Saat ini Elora Coffee Roastery memiliki penilaian yang cukup baik jika dilihat dari ulasan di *google review*, walaupun Elora ini sendiri baru berdiri tahun lalu. Elora Coffee Roastery memiliki nilai 4,6 dari 5 bintang dari para pengunjung yang datang ke Elora Coffee Roastery dan telah diulas sebanyak 35 pengguna. Untuk itu, Penulis ingin melampirkan tabel ulasan dari konsumen yang pernah datang tentang Elora Coffee Roastery pada *google review*





**Gambar 1.1** Ulasan *Customer* terhadap Elora Coffee Roastery pada *Google Riview*

Berdasarkan ulasan dari pelanggan dan latar belakang diatas, Penulis tertarik untuk meneliti dan mengetahui lebih lanjut mengenai *coffee shop* Elora Coffee Roastery Batam dalam strategi bersaing yang telah di lakukan sebelumnya dengan teknik pendekatan kualitatif. Dan juga Penulis tertarik untuk meneliti bagaimana Elora Coffee Roastery ini melakukan strategi penjualan nya untuk bersaing dalam menjual biji kopi yang telah siap di pasarkan mengingat di Kota Batam sendiri *Coffee Roastery* sudah semakin banyak. Elora Coffee Roastery sendiri sudah memiliki banyak pelanggan yang datang untuk menikmati dari minuman, makanan maupun menikmati suasana yang diberikan. Dengan banyaknya pelanggan yang berasal dari berbagai macam lapisan, maka bisa di asumsikan Elora Coffee Roastery mampu diterima semua lapisan, tidak hanya karyawan, mahasiswa/i, pelajar, maupun para pekerja lainnya selama satu tahun nya berdiri. Oleh karena itu, Penulis tertarik untuk ingin mengetahui dan menganalisa lebih dalam mengenai strategi bersaing yang diterapkan oleh Elora Coffee Roastery ini dengan judul “ Analisis Strategi Bersaing Di Elora Coffee Roastery Di Kota Batam”.

## METODE

Desain penelitian adalah suatu rencana tentang cara mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data secara sistematis dan terarah agar penelitian dapat dilaksanakan secara efisien dan efektif sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis pengolahan data dari hasil prngumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi.

Seorang peneliti melakukan wawancara berdasarkan sejumlah pertanyaan umum yang kemudian dikembangkan dan didetailkan ketika melakukan wawancara atau setelah melakukan wawancara untuk melakukan wawancara berikutnya.

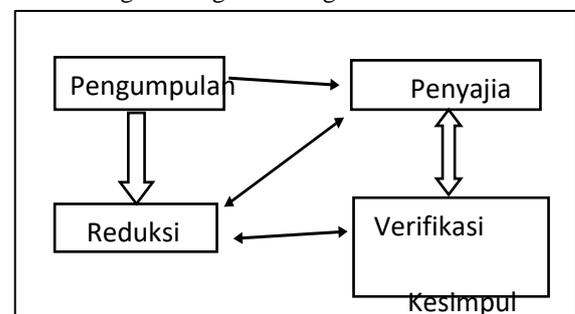
juga ada sejumlah pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelum melakukan wawancara, namun pertanyaan tersebut tidak terperinci dan berbentuk pertanyaan terbuka. Wawancara adalah suatu interaksi yang didalamnya terdapat pertukaran atau sharing aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, motif, dan informasi.

Observasi adalah salah satu teknik untuk mengumpulkan data. Observasi bertujuan untuk mendeskripsikan lingkungan yang diamati, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, dan individu yang terlibat didalamnya. Salah satu cara yang bisa dilakukan dalam observasi adalah, peneliti hidup ditengah-tengah kelompok yang diteliti dan mengikuti kebiasaan dengan cara yang biasa mereka lakukan supaya keberadaan peneliti diterima sebagai bagian dari kehidupan mereka. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis observasi terus terang. Jadi dalam pengumpulan data, peneliti menyatakan dengan terus terang kepada sumber data jika peneliti sedang melakukan penelitian. Sehingga mereka mengetahui dari awal sampai akhir tentang aktivitas yang dilakukan peneliti.

Peneliti melakukan kegiatan dokumentasi yang di maksudkan untuk memperoleh berbagai data tertulis dan gambar yang relevan dengan penelitian yang dilakukan berupa SOP, struktur organisasi, sejarah perusahaan, *job description* dan sebagainya.

Teknis analisis data adalah metode atau cara yang di gunakan untuk mengelolah data atau informasi yang menghasilkan informasi yang dapat di pahami dan di gunakan dalam penelitian atau analisis data,dalam penelitian ini teknis analisis data yang digunakan adalah Teknik analisis data kualitatif.

Teknik analisis data kualitatif ini digunakan untuk mengolah data yang berbentuk non-numerik dan lebih fokus pada kualitasnya semakin lengkap penjelasan yang ada di data tersebut maka akan semakin baik datanya. data yang dalam lapangan harus langsung di tuangkan ke dalam bentuk tulisan dan dianalisis,salah satu cara yang dapat di lakukan adalah dengan mengikuti Langkah berikut :



**Gambar 1** Teknis Analisis

**Sumber Data :** Peneliti 2023

Mencari, mengumpulkan, dan mengukur informasi tentang variabel yang ditargetkan dalam suatu sistem dikenal sebagai pengumpulan data.tujuan pengumpulan data adalah untuk menjawab pertanyaan yang relevan dan mengevaluasi hasilnya.agar data yang dikumpulkan dapat didefinisikan dan akurat,

diperlukan proses pengumpulan data formal.oleh karena itu, dengan data yang valid, keputusan-keputusan berikutnya dapat dibuat yang didasarkan pada temuan tersebut. proses ini memberikan dasar untuk pengukuran dan kadang-kadang menunjukkan apa yang perlu diperbaiki.untuk mendapatkan data berkualitas tinggi, pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara, termasuk observasi, wawancara, kuesioner, dan pengumpulan data sekunder. Namun, kedua pihak yang bertanggung jawab atas pengumpulan data dan metode yang digunakan untuk mengumpulkannya harus memenuhi standar.memilih variabel penelitian, memilih metode yang paling sesuai, dan memastikan kebenaran dan kredibilitas data yang terkumpul.

Reduksi Data, yang diawali dengan peneliti mencari dan mengumpulkan hasil wawancara dan dokumentasi terkait strategi promosi perusahaan. Data yang telah peneliti kumpulkan dari narasumber tersebut akan dikelompokkan dan dilakukan proses pengecekan melalui triangulasi data untuk dipilih lagi berdasarkan kebutuhan dan kesesuaian dengan penelitian, sehingga data yang tidak diperlukan akan disortir /dibuang. Tahapan berikutnya adalah penyederhanaan data / hasil penelitian melalui coding agar data mudah dipahami dan mudah disajikan, yang dirangkum dalam bentuk tabel reduksi data sehingga memudahkan penarikan kesimpulan akhir (Hartono, 2020).

Penyajian Data, dilakukan dengan mengka tegorikan dan menyusun kumpulan data/informasi agar mendapatkan gambaran utuh dan sistematis untuk memudahkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah teks naratif, baik berupa uraian singkat, bagan, tabel, hubungan antar kategori, dan flowchart yang mudah dipahami (Hartono, 2020).

Penarikan Kesimpulan, untuk menuju kearah ini sejak awal pengumpulan data peneliti harus memahami apa arti dari berbagai hal yang ditemui dengan melakukan pencatatan pereturan, pola-pola, dan pernyataan-pernyataan, konfigurasi yang mungkin, arahan sebab akibat dan berbagai proposisi (Hartono, 2020).

Lokasi dalam penelitian ini adalah elora coffee roastery yang berlokasi di Komp. sebenarnya terjadi dan bisa merencanakan apa yang harus dilakukan selanjutnya agar mencapai tujuan penelitian.

Ruko Palm Spring, Taman Baloi, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29432.



Gambar 2 Elora Coffee Roastery Kota Batam  
Sumber Data : Peneliti 2023

## PEMBAHASAN

Setelah Penulis mengumpulkan data, mereduksi data, dan melakukan proses penyajian data maka untuk menjawab rumusan masalah Penulis menjabarkan jawaban yang dapat disimpulkan, yaitu:

1. Bagaimana strategi bersaing yang di aplikasikan

Elora Coffee Roastery ini untuk dapat bertahan dan berkembang selama ini?

Dari jawaban ke 5. orang informan tersebut maka bisa diambil kesimpulannya bahwasannya strategi yang diaplikasikan oleh Elora Coffee Roastery untuk dapat bertahan dan berkembang sampai pada saat ini dan masa yang akan datang adalah tetap menjaga kualitas produk maupun pelayanan, menjaga konsistensi rasa, dan memberikan tempat yang nyaman bagi pelanggan yang tidak semua *Coffee Shop* jalankan didalam usahanya.

2. Apa saja keunggulan dari Elora Coffee Roastery dibandingkan pesaing lain?

Keunggulan yang dimiliki oleh Elora Coffee Roastery dibandingkan dengan pesaing lain adalah Menurut manajer dan staf tentunya juga berdasarkan ulasan pelanggan, Elora Coffee Roastery ini mempunyai keunggulan dari segi tempat yaitu nyaman dan strategis, harga dari segi harga masih terjangkau, kualitas produk khususnya menggunakan biji kopi yang masih baru dan terjaga kualitasnya, dan tentunya memiliki tempat untuk para barista baru yang ingin memulai karirnya Elora menjadi tempat yang tepat untuk belajar yang tidak semua *Coffee Shop* di Kota Batam miliki.”

3. Apa langkah selanjutnya yang akan di rencanakan Elora Coffee Roastery agar bisa bertahan dan bersaing di masa yang akan datang?

Informasi dari manajer dan beberapa staf tersebut dapat diambil kesimpulannya bahwasannya langkah yang akan diambil oleh Elora Coffee Roastery sendiri untuk dapat bertahan dan bersaing di masa yang akan datang adalah memberikan pengalaman yang baru dengan menciptakan varian produk baru yang akan dibuat, kemudian Elora sendiri juga bakal aktif di sosial media supaya pelanggan yang belum mengetahui Elora dapat tertarik berkunjung ke Elora Coffee Roastery.

## Hasil



Gambar 4. 1 Logo Elora Coffee Roastery Batam  
Sumber Data Penelitian 2023

### 1. Gamabaran Umum Tempat Penelitian

Elora Coffee Roastery merupakan salah satu Coffee Shop yang juga menggulati bidang Roastery di Kota Batam yang mengunggul konsep modern minimalis yang memiliki ornamen interior yang klasik sederhana tetapi sangat nyaman untuk para pengunjung yang datang kesana. Elora Coffee Roastery sendiri sudah berdiri dari tahun 2022. Terdapat berbagai macam minuman, makanan, hingga biji kopi yang mereka sangarai sendiri yang bisa penunjung beli. Elora Coffee Roastery ini juga meiliki 2 tempat yaitu ruangan smooking area dan non smoking yang pastinya nyaman bagi penujung untuk datangin untuk sekedar mnengerjakan tugas dan pekerjaan maupun hanya untuk bersantai dan menikmati makanan, minuman, ataupun suasana yang disajikan oleh Elora Coffee Roastery.

Motivasi Elora Coffee Roastery sendiri yang pertama ialah menjadi wadah bagi para barista yang melakukan pelatihan di Elora Coffee Roastery bisa langsung mengasah kemampuan nya untuk magang disini. Kemudian motivasi Elora Coffee Roastery yang kedua ialah menjadi wadah atau tempat bagi para pekerja maupun pelajar untuk dapat mengerjakan tugas maupun pekerjaannya yang tidak hanya melalui kantor maupun rumah saja melainkan mencari suasana baru tetapi tetap nyaman untuk melakukan kegiatan mereka masing-masing.

Lokasi Elora Coffee Roastery ini juga sangat strategis dan sangat mudah untuk dijumpai yaitu Komplek, Ruko Palm Spring, Taman Baloi, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau, dimana lokasi ini di daerah lampu merah gelael dan KFC gelael.

### 2. Gambaran Umum Operasional Elora Coffee Roastery

Elora Coffee Roastery Batam ssendiri buka dari jam 11.00 WIB – 22.00 WIB. Memiliki jam operaional yang dibagi menjadi 2 yaitu sift siang dan sift sore. Sift pagi sendiri mulai dari jam 10.00 WIB – 19.00 WIB. Kemudian sift sore dimulai dari jam 14.00 WIB – 23.00 WIB. Sebelum jam operaional dimulai para staf harus mempersiapkan apa saja yang akan dilakukan sebelum bekerja.

Persiapan yang dilakukan antara lain :

- Meemeriksa dan melihat kembali daerah pekerjaan apakah sudah bersih atau tidak
- Melihat peralatan maupun perlengkapan bahan yang ada baik di bar maupun di kitchen.
- Melakukan kalibrasi dan mengatur ulang kasir untuk yang di bar, dan untuk di kitchen mempersiapkan bahan-bahan yang akan di gunakan disaat operasional.
- Melakukan briefing
- Kemudian mempersiapkan diri sebelum pelanggan datang.

Pada saat closing juga meiliki tahapan, seperti:

- Membersihkan area bar, kitchen, dan meja yang sudah dipakai
- Membersihkan perlatan yang digunakan

- Melakukan inventory
  - Membuang sampah
  - Melakukan briefing mengenai hari itu.
- ### 3. Deskripsi Informan

Elora sendiri sudah memiliki staf barista 4 orang, staf kitchen 2 orang, dan 1 orang roaster. Dalam penelitian ini yang akan menjadi narasumber yang akan memberikan informasi ialah 1 orang manajer, 3 orang Barista, 1 orang kitchen yang bekerja di Elora Coffee Roastery. Berikut data narasumber yang akan memberikan informasi ialah:

Nama	umur	Jabatan	Lama bekerja	Pendidikan terakhir
Diandra Jenar Rustriawila	27 Tahun	Manager	1 Tahun	S1
Roby	23 tahun	Barista	1 tahun	D3
Farhan	20 tahun	Staf Kitcen	2 bulan	D3
Leo	20 Tahun	Barista	9 Bulan	D3
Jofan	23 Tahun	Barista	1 Tahun	S1

Sumber: data diolah peneliti 2023

### 4. Temuan Penelitian

Penulis akan menguraikan hasil dari temuan data yang sudah penulis dapatkan dari narasumber berdasarkan rumusan masalah melalui hasil wawancara yang sudah penulis lakukan di Elora Coffee Roastery Kota Batam pada tanggal 28 November hingga 2 Desember 2023.

#### Hasil Wawancara

##### 1. Apakah anda mengetahui apa itu strategi bersaing?

Menurut informan 1. "Strategi bersaing itu tentunya untuk menstabilkan pendapatan yang kita dapatkan dan juga keberlangsungan usaha yang kita miliki ataupun yang sedang kita jalankan."

Menurut informan 2. "Strategi bersaing secara umum menurut saya adalah persaingan kompetitif antara suatu usaha dengan usaha yang lain." Menurut informan 3. "Strategi bersaing menurut saya adalah suatu usaha yang dilakukan untuk bisa bertahan dan bisa bersaing secara kompetitif dibidangnya masing-masing."

Menurut informan 4. "Strategi bersaing menurut saya adalah suatu rencana atau tindakan yang dilakukan perusahaan sendiri agar bisa bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain."

Menurut informan 5. "Strategi bersaing menurut saya adalah bagaimana perusahaan dapat menciptakan persaingan yang kompetitif antar sesama perusahaan."

##### 2. Faktor-faktor pendukung dari strategi bersaing menurut anda apa saja?

Menurut informan 1. "Faktor pendukung dari strategi bersaing ini menurut saya adalah dari segi pelayanan yang diberikan, kualitas produk, dan dijaga konsistensinya."

Menurut informan 2. "Faktor pendukung strategi bersaing menurut saya adalah memiliki pegawai yang kompeten dan memiliki nilai jual sendiri."

Menurut informan 3. "Menurut saya adalah dengan cara mengeluarkan produk yang berbeda atau bisa kita sebut signature dari usaha yang kita jalani."

Menurut informan 4. "Faktor pendukung dari strategi bersaing antara lain keunikan produk maupun pelayanan yang Perusahaan miliki, tempat yang nyaman dan strategis."

Menurut informan 5. "Faktor-faktor yang menjadi pendukung strategi bersaing menurut saya adalah Perusahaan harus tau terlebih dahulu kepada siapa perusahaan akan melakukan persaingan, kemudian perusahaan dapat melihat kekuatan dan kelemahan Perusahaan itu."

3. Apakah penetapan strategi bersaing di dalam perusahaan itu termasuk hal yang penting? mengapa?

Menurut informan 1. "Penetapan strategi bersaing didalam usaha yang kita jalankan merupakan suatu hal yang penting, sebelum membuat usaha itu kita harus memiliki dan memahami paling tidak strategi bersaing ini." Menurut informan 2. "Menurut saya itu suatu hal yang penting, karena untuk bisa bersaing di bidang *food and beverage* kita harus memiliki konsep yang dapat mendorong daya tarik daripada konsumen, khususnya konsumen baru yang belum mengetahui eksistensi dari Elora Coffee Roastery ini"

Menurut informan 3. "Menurut saya sangat penting, karena sebelum memulai *Coffee Shop* ini kita sudah harus ada dasar dalam strategi bersaing yang kita rencanakan agar bisa bertahan dan bersaing pada maraknya *Coffee Shop* di Kota Batam."

Menurut informan 4. "menurut saya sangat penting strategi bersaing ialah suatu perusahaan karna bisa menjadi panduan atau patokan untuk kedepannya."

Menurut informan 5. "Menurut saya penetapan strategi bersaing sangat penting didalam suatu perusahaan yang dimana strategi ini bisa menjadi pedoman perusahaan untuk menjalankan usaha yang dibangun bisa dibidang strategi bersaing ini merupakan suatu pondasi didalam perusahaan."

4. Apakah di elora coffee roastery sendiri memiliki strategi bersaing?

Menurut informan 1. "strategi bersaing yang ditetapkan oleh elora ini sendiri adalah menjaga kualitas yang paling utama. Elora Coffee Roastery sendiri sudah memiliki Roastery atau pemanggangan dengan biji kopi yang telah dipilih berdasarkan kualitasnya membuat Elora Coffee Roastery ini bisa memiliki strategi bersaing yang lumayan kuat dibandingkan dengan coffee shop lain."

Menurut informan 2. "strategi bersaing yang diterapkan oleh Elora sendiri adalah memberikan kualitas yang bagus mulai dari pelayanan maupun produk yang kami jual, dan tentunya juga dari segi harga yang masih masuk di semua kalangan"

Menurut informan 3. "strategi bersaing yang dimiliki oleh Elora itu sendiri kami menargetkan

penjualan setiap harinya, menjaga kualitas yang sudah kami rencanakan dari awal, kebersihan di Elora itu juga merupakan strategi untuk dapat melakukan persaingan di dunia FnB."

Menurut informan 4. "Di Elora sendiri tentunya memiliki strategi bersaing sendiri, seperti kami akan selalu menjaga kualitas produk yang kami buat dan menjaga konsistensi sehingga pelanggan yang datang ke Elora tidak merasa kecewa jika rasa yang sebelumnya berbeda dengan yang sekarang." Menurut informan 5. "Di Elora sendiri pastinya memiliki strategi bersaing nya seperti Elora memiliki *roastery* sendiri, tempat yang nyaman untuk menghabiskan hari bersama teman keluarga maupun untuk tempat untuk mengerjakan tugas dan tentunya juga memiliki produk dan pelayanan yang berkualitas juga."

5. Bagaimana Elora dapat menentukan strategi bersaing yang tepat?

Menurut informan 1. "Sampai sekarang Elora Coffee Roastery ini masih terus belajar untuk melihat pasar di Batam itu bagaimana, sehingga kami harus terus menerus mencari tau dan menggali info bisa dari pelanggan maupun sesama para pesaing cara mereka mencari dan menentukan strategi bersaing ini"

Menurut informan 2. "Dari yang kami jalani sendiri itu, dari mulai berdirinya Elora ini sudah memiliki strategi yang sangat cocok dengan barista dan staf yang lainnya sehingga kami menyatukan ide maupun pendapat kami sehingga menciptakan strategi bersaing yang bagus."

Menurut informan 3. "Menurut saya sangat penting, karena sebelum memulai *Coffee Shop* ini kita sudah harus ada dasar dalam strategi bersaing yang kita rencanakan agar bisa bertahan dan bersaing pada maraknya *Coffee Shop* di Kota Batam."

Menurut informan 4. "Untuk menentukan strategi bersaing yang tepat menurut saya sedikit susah, oleh karena itu kami harus melihat dan mengikuti pasar yang ada di Kota Batam."

Menurut informan 5. "Cara Elora sendiri untuk menentukan strategi bersaing yang tepat adalah melihat kondisi pasar yang terjadi pada saat ini, apakah konsep, produk, maupun pelayanan yang diberikan Elora sudah sesuai dengan pasar atau tidak."

6. Apakah keunggulan yang dimiliki oleh Elora Coffee Roastery?

Menurut informan 1. "Berdasarkan ulasan pelanggan yang datang kesini, Elora Coffee Roastery ini memiliki tempat yang nyaman terutama orang yang sedang melakukan pekerjaannya dari *Coffee Shop* dibandingkan dirumah. Kemudian di Elora sendiri memiliki tempat untuk belajar untuk mengenal kopi dan Elora bisa menjadi wadah untuk barista baru untuk meningkatkan kemampuannya"

Menurut informan 2. "keunggulan yang dimiliki oleh Elora Coffee Roastery ini adalah kami mempunyai *roastery* sendiri dari situ kita mempunyai nilai jual sendiri karna biji kopi yang kita gunakan sangat dijaga standar kualitasnya, selain itu kita mempunyai tempat yang cukup nyaman dan lokasi yang sangat mudah untuk dicari. Kami juga memiliki

tempat pelatihan untuk para barista baru yang ingin memulai terjun ke dunia *Food and Beverage* sendiri.”

Menurut informan 3.”Keunggulan Elora itu sendiri menurut saya adalah menyediakan tempat untuk pelatihan barista baru dan Elora juga bisa menjadi wadah yang tepat buat para barista yang ingin langsung terjun ke dunia *Food and Beverage*, kemudian harga produk dari makanan dan minuman nya yang cukup terjangkau di semua kalangan, dan tempat yang sangat nyaman dan strategis.”

Menurut informan 4.”Keunggulan yang kami punya tentunya kami mempunyai *roastery* sendiri sehingga kami menggunakan biji kopi yang masih baru dan terjaga kualitas nya, kemudian kami jugaa memilik tempat yang nyaman bagi semua kalangan bahkan yang hanya sekedar untuk menyelesaikan pekerjaannya yang tidak semua *Coffee Shop* punya.”

Menurut informan 5.”Keunggulan yang dimiliki Elora cukup banyak ya menurut saya, walaupun baru berdiri satu tahun tapi Elora bisa menjadi tempat untuk bersantai, Elora juga memiliki lokasi yang strategis yang banyak dilalui oleh semua orang, dan tentunya kami menggunakan biji kopi yang terjaga kualitasnya.”

7. apa langkah selanjutnya yang akan direncanakan elora coffee roastery agar bisa bertahan dan bersaing di masa yang akan datang?

Menurut informan 1.”Langkah selanjutnya yang akan dilakukan Elora adalah mengeluarkan menu produk yang unik dan berkaitan dengan Elora ini tetapi tetap mengutamakan kualitas yang terbaik.”

Menurut informan 2.”Rencana yang akan Elora sendiri akan lakukan adalah kita tetap mempertahankan cita rasa yang telah kami buat, membuat suatu produk yang unik dan berbeda dari *Coffee Shop* yang lain tetapi tetap menjaga kualitas yang ada”

Menurut informan 3.”Langkah selanjutnya yang akan diambil oleh Elora untuk bisa bertahan dan bersaing salah satunya adalah meningkatkan kualitas khususnya di bagian kitchen kemudian menjaga konsistensi rasa.” Menurut informan 4.”Yang akan kami lakukan yaitu dengan cara mengeluarkan produk baru yang unik dan bervariasi dibandingkan *Coffee shop* lainnya tetapi tetap menjaga konsistensi rasanya.”

Menurut informan 5.”Langkah selanjutnya yang akan kami lakukan adalah menambah variasi baru di produk, mungkin juga kami akan memberikan potongan harga kedepannya.”

8. Apakah strategi bersaing di Elora harus selalu statis atau dapat berubah sesuai dengan kondisi pasar?

Menurut informan 1.”Strategi bersaing yang ada di Elora sendiri akan mengikut perubahan sesuai dengan kondisi pasar, tetapi Elora sendiri bukan salah satu *Coffee Shop* yang selalu mengikuti tren yang ada tanpa melihat kondisi Elora itu sendiri”

informan 2.”Menurut saya strategi bersaing yang akan dilakukan kedepannya harus melihat bagaimana kondisi pasar yang ada di Kota Batam sendiri asal

tidak menyimpang dari konsep yang telah kami buat sebelumnya”

Menurut informan 3.”Menurut saya strategi bersaing sendiri harus mengikuti alur kondisi pasar sehingga kita tidak ketinggalan dan masih bisa bertahan, berkembang, dan bisa bersaing dengan *Coffee Shop* yang lainnya.”

Menurut informan 4.”Menurut saya strategi bersaing yang bagus itu haru selalu mengikuti pasar agar kita tidak ketinggalan.”

Menurut informan 5.”Strategi bersaing di elora sendiri selalu mengikuti pasar tetapi tidak menyamping dari konsistensi kualitas yang kami punya itu sendiri.”

9. Apakah di saat *briefing* terdapat topik mengenai strategi yang harus di tingkatkan dalam persaingan bisnis *coffee shop* di kota batam?

Menurut informan 1.”Pada saat *briefing* dengan staff, yang paling saya tekankan adalah pelayanan dan konsistensi rasa yang dimana menjadi salah satu strategi bersaing yang kami terapkan untuk dapat bersaing dengan *Coffee shop* maupun *Coffee roastery* di kota Batam”

Menurut informan 2.”Setiap *briefing* kita juga selalu membahas perkembangan kita bagaimana dan langkah-langkah kita rencanakan untuk Elora sendiri apakah strategi awal yang sudah kita rencanakan sudah sesuai atau tidak.”

Menurut informan 3.” Pada saat *briefing* sendiri selalu ada dicantumkan bagaimana perkembangan *Coffee Shop* di kota Batam sendiri dan kami selalu mengevaluasi strategi bersaing yang kami harapkan tepat untuk bisa berkembang,bertahan, dan bersaing.”

Menurut informan 4.”Tentunya iya, karena kami pastinya selalu melakukan evaluasi bagaimana strategi kita untuk mencapai target dan bisa melakukan persaingan yang kompetitif.”

Menurut informan 5.”Pada saat *briefing* tentunya kami pasti akan mengevaluasi apa yang terjadi dihari itu termasuk strategi bersaing yang kami buat agar tidak kalah saing dibandingkan dengan *Coffee Shop* lain.”

10. Apakah peran inovasi dalam strategi bersaing pada Elora Coffee Roastery?

Menurut informan 1.”Inovasi strategi bersaing yang akan diterapkan oleh Elora itu sendiri adalah berinovasi di produk yang akan dijual, cara pelayanan yang baru, menjual produk dari konsep *Coffee Shop* yang ada.”

Menurut informan 2.”Untuk inovasi kedepannya mungkin kita akan rebranding lagi, karena Elora sendiri memiliki *roastery* tetapi pelanggan yang datang masih banyak yang belum mengetahui hal itu.”

Menurut informan 3.”Inovasi kedepannya yang akan dilakukan oleh Elora mungkin bisa lebih aktif di sosial media yang kami punya khususnya Instagram agar pelanggan yang belum datang ke Elora tertarik dengan sekedar melihat konten sosial media kami.”

Menurut informan 4.”Inovasi yang akan kami lakukan mungkin adalah membuat konten untuk sosial

media sehingga pelanggan akan tertarik dari melihat konten yang kami buat.”

informan 5.”Inovasi yang akan kami lakukan kedepannya mungkin mengeluarkan produk baru, memberikan konten yang menarik di sosial media yang kami punya.”

#### SIMPULAN

Dari penelitian ini, Penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sekaligus dapat menjawab dari tujuan masalah dari penelitian ini, ialah:

Strategi bersaing yang diaplikasikan oleh Elora Coffee Roastery ialah tetap menjaga kualitas baik itu dari segi produk dan juga dari segi pelayanan. Kemudian setelah menjaga kualitas Elora Coffee Roastery juga menjaga konsistensi rasa yang diberikan. Selain itu Elora juga memberikan tempat yang nyaman dan strategis yang bisa membuat pelanggan yang datang merasa aman dan nyaman.

Elora Coffee Roastery juga memiliki Keunggulan untuk dapat berkembang dan bertahan seperti mempunyai tempat yang nyaman dan lokasi yang strategis, harga yang terjangkau, unggul dari segi biji kopi yang disajikan, dan tentunya bisa menjadidi wadah belajar untuk para barista baru yang ingin terjun ke dunia *food and beverage*.

Setelah mempunyai strategi dan keunggulan yang dimiliki Elora Coffee Roastery, Rencana kedepannya yang akan diambil untuk dapat bertahan dan bersaing secara kompeten ialah menciptakn varian rasa baru yang unik dan berbeda dari *Coffee Shop* lain dan akan lebih aktif di sosial media agar menarik pengunjung.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adhistryo W, T., & Nugraheni, K. S. (2020). Studi Kepuasan Konsumen Pada Peacock Coffee Gajah Mada Semarang. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 38–48. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v4i1.79>
- Aniar. (2019). definisi desain penelitian. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.
- Dr. J.R. Raco, M.E., M. S. (2018). METODE PENELITIAN KUALITATIF JENIS, KARAKTERISTIK, DAN KEUNGGULANNYA. *PT Grasindo*, 146. <https://osf.io/mfzuj/>
- Fred R. David. (2019). *Strategic Management Concepts and Cases*. Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 13(2), 153–172. <https://doi.org/10.25105/dim.v13i2.1785>
- Handoko, G. F., & Maryatmo, R. (2022). Strategi Bertahan Dan Bersaing Pada Usaha Mikro Dan Kecil Kedai Kopi Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Semarang Tahun 2020. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Akuntansi Dan Perpajakan (Jemap)*, 5(1), 26–44. <https://doi.org/10.24167/jemap.v5i1.4163>

- Khozin, A. (2020). Persepsi Pemustaka Tentang Kinerja Pustakawan Pada Layanan Sirkulasi Di Perpustakaan Daerah Kabupaten Sragen. *Menejemen*, 30–39. [http://eprints.undip.ac.id/40779/3/BAB\\_III.pdf](http://eprints.undip.ac.id/40779/3/BAB_III.pdf)
- Kurniawan, R. R. (2020). *Analisis Strategi Pengembangan dan Saluran Pemasaran Usaha Coffee Shop Bocokopi*.
- Mukhamad Ali Mabruhi. (2017). Pengembangan Destinasi Pariwisata Pantai Balekambang Kabupaten Malang. *Sarjana Thesis*, 9, 36.
- Oktafiani Siska Puspita. (2019). definisi kualitatif. *Metode Penelitian Ilmiah*, 84(2019), 487–492. <http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>
- Purhantara, W. (2020). *Metode penelitian kualitatif untuk bisnis*. 178.
- Rifki Arifian, M., Widarko, A., & Rizal, M. (2022). Analisis Strategi Bersaing Bisnis Guna Mempertahankan Eksistensi Usaha Dalam Menghadapi Maraknya Coffee Shop Yang Ada Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Aromatic Coffee And Roastery Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 11(19), 101–109. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Sari, R., Halim, C., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2022). *Analisis Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Daya Saing pada Coffee Shop di Bandar Lampung ( Studi Kasus Dr . Coffee )*. 1(3), 231–248.
- Sugiarto, F. F. (2020). Analisa Strategi Bersaing PT. Surya Cipta Mandiri. *Agora*, 4(2), 250–258. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajem/enbisnis/issue/view/215>
- Sugiyono, D. (2016). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In 133346 *Penerbit Alfabeta*.
- Syarah syafira. (2019). Pengaruh keunggulan bersaing dan Kinerja Usaha terhadap Orientasi Pasar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Wijaya, G. A. (2017). Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Cafe Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Vosco Coffee Malang) Gisella. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2(5), 14. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4205>
- Yelvita, F. S. (2022). Strategi Bersaing Coffee Shop di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobongan Perspektif Ekonomi Islam. 2003 ,8.5.2017 ,7787– 2005.