



STRATEGI KEBERLANJUTAN BISNIS COFFEE SHOP A'ROBI DI TENGAH PERSAINGAN PASAR

Andri Alamsyah

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Raihan Fatahillah

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Indah veronika

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Frischia Novianti Setiawan

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Aulia Farida

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Nuraisyah

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Andi Maman Firmansyah

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

Fachrul Reza

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tadulako

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK PROGRAM STUDI ADMINISTRASI
PUBLIK**

Alamat: Jln. Jendral Soekarno-Hatta Km.9, Mantikolure, Palu, Sulawesi tengah 94117

Korespondensi penulis: andri.alamsyah004@gmail.com

Abstrak

This study aims to analyze the sustainability strategies of Coffee Shop A'ROBI as a local MSME coffee business developing in Palu City, Central Sulawesi. Using a qualitative research method, the study explores internal and external factors influencing A'ROBI's growth amid the rising trend of coffee consumption following the city's recovery from the 2018 disaster. The findings indicate that A'ROBI's strengths lie in its consistent flavor quality, affordable pricing, strategic locations, and comfortable atmosphere. However, the business faces weaknesses such as limited menu variation and operational management challenges. Business opportunities arise from the increasing popularity of coffee culture and potential collaborations, while threats include intense competition and shifting consumer preferences. Overall, A'ROBI is able to maintain its business sustainability through continuous product innovation and improved management practices.

Keyword: *A'ROBI Coffee, Micro, small and medium enterprises soup, business strategy, entrepreneurship, SWOT analysis.*

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi keberlanjutan Coffee Shop A'ROBI sebagai UMKM kopi lokal yang berkembang di Kota Palu, Sulawesi Tengah. Menggunakan metode kualitatif, penelitian ini menggali faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan A'ROBI di tengah meningkatnya tren konsumsi kopi pasca pemulihan kota pascabencana 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa A'ROBI memiliki kekuatan pada kualitas rasa yang konsisten, harga terjangkau, lokasi strategis, dan kenyamanan tempat, namun menghadapi kelemahan seperti variasi menu yang terbatas serta tantangan manajemen operasional. Peluang usaha muncul dari budaya minum kopi yang semakin populer dan potensi kolaborasi, sedangkan ancaman berasal dari persaingan ketat dan perubahan preferensi konsumen. Secara keseluruhan, A'ROBI mampu mempertahankan keberlanjutan bisnisnya melalui inovasi produk dan peningkatan kualitas manajemen.

Kata Kunci: Kopi A'ROBI, UMKM, strategi bisnis, kewirausahaan, analisis SWOT.

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas yang memiliki nilai budaya, sosial, dan ekonomi yang kuat di Indonesia. Pertumbuhan industri kopi lokal terus meningkat seiring berkembangnya tren gaya hidup masyarakat yang menjadikan coffee shop tidak hanya sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga ruang berkumpul, bekerja, dan berkreasi. Di kota Palu, Sulawesi Tengah, kebutuhan akan produk kopi berkualitas terus tumbuh pasca pemulihan kota akibat bencana 2018, mendorong munculnya berbagai usaha kreatif yang memanfaatkan potensi lokal.

Usaha kopi A'robi hadir sebagai bagian dari upaya memajukan sektor ekonomi kreatif di Palu dengan menawarkan produk kopi yang memiliki ciri khas tersendiri. A'robi memulai langkah dari dorongan kewirausahaan untuk menghadirkan cita rasa kopi yang konsisten, terjangkau, dan relevan dengan karakter masyarakat lokal. Selain itu, A'ROBI berkomitmen memanfaatkan peluang pasar yang terus berkembang dengan mengedepankan kualitas bahan, teknik penyeduhan yang tepat, serta pendekatan pemasaran yang modern.

Kehadiran A'ROBI juga menjadi bentuk kontribusi dalam membuka lapangan pekerjaan baru, meningkatkan minat generasi muda pada budaya kopi lokal, serta mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Dengan memadukan kreativitas, inovasi, dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen, A'ROBI berupaya menjadi salah satu brand kopi lokal yang mampu bersaing dan berkembang secara berkelanjutan di Palu dan wilayah Sulawesi Tengah.

KAJIAN TEORI

1. Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah kemampuan seseorang dalam menciptakan nilai melalui proses identifikasi peluang, pengambilan risiko, serta pengelolaan sumber daya untuk menghasilkan produk atau layanan yang bernilai. Menurut Drucker, kewirausahaan merupakan aktivitas inovatif yang bertujuan menciptakan sesuatu yang baru atau mengembangkan hal yang sudah ada. Dalam konteks usaha kopi A'ROBI, kewirausahaan tercermin dari kemampuan mengolah ide menjadi produk kopi dengan identitas dan keunikan tersendiri, sehingga mampu memenuhi kebutuhan pasar lokal Palu.

2. Peluang Usaha

Peluang usaha adalah kondisi atau situasi yang memungkinkan seorang wirausahawan dapat menciptakan keuntungan dengan menawarkan produk yang dibutuhkan konsumen. Zimmerer menyebut peluang sebagai “kondisi menguntungkan” yang muncul dari perubahan selera konsumen, teknologi, maupun tren gaya hidup. Perkembangan budaya minum kopi, bertambahnya ruang kreatif urban di Palu, dan meningkatnya minat masyarakat terhadap brand lokal menjadi peluang strategis bagi A'ROBI untuk mengembangkan pasar.

3. Manajemen Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi daerah. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008,

UMKM dikelompokkan berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Sebagai usaha rintisan, A'ROBI masuk dalam kategori usaha mikro/kecil yang memerlukan perencanaan manajemen mencakup pengadaan bahan baku, produksi, keuangan, dan pengembangan usaha agar dapat berjalan secara berkelanjutan.

4. Produk dan Kualitas Kopi

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kotler menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Dalam usaha kopi, kualitas dipengaruhi oleh jenis biji kopi, proses roasting, metode penyeduhan, dan konsistensi rasa. A'ROBI menekankan kualitas sebagai nilai utama agar dapat bersaing dengan brand kopi lokal maupun nasional.

5. Pemasaran dan Perilaku Konsumen

Pemasaran menurut Kotler adalah proses sosial dan manajerial di mana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk. Pemahaman perilaku konsumen sangat penting agar produk sesuai selera pasar. Di Palu, konsumen cenderung memilih minuman yang praktis, terjangkau, dan tetap berkualitas. Strategi pemasaran A'ROBI dapat mencakup pemasaran digital, branding yang kuat, serta penyajian menu yang sesuai preferensi masyarakat lokal.

6. Inovasi dalam Usaha Kopi

Inovasi adalah pembaruan atau penemuan yang memberikan nilai tambah bagi produk atau proses. Schumpeter membagi inovasi dalam lima bentuk: produk baru, proses baru, pasar baru, sumber bahan baru, dan organisasi baru. Dalam usaha kopi, inovasi dapat berupa varian rasa, konsep penyajian, kemasan menarik, atau integrasi teknologi pemasaran. Inovasi ini dapat menjadi daya tarik dan keunggulan kompetitif A'ROBI.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam strategi keberlanjutan bisnis Coffee Shop A'Robi di tengah persaingan pasar. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali informasi secara komprehensif melalui interaksi langsung dengan sumber data serta memahami fenomena dari perspektif pelaku usaha dan konsumen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM KOPI A'ROBI

1. Awal Mula Kopi A'robi

Kopi A'robi adalah kedai minuman yang menjual berbagai jenis minuman berbahan dasar kopi dan non kopi. Robi Limantono merupakan owner dari Kopi A'robi, pada tahun 2018 awalnya Robi Limantono hanya mencoba-coba membuat kopi yang menurutnya enak seperti rasa kopi yang dia sukai, akhirnya dia membuka usaha pertamanya di rumahnya dengan menjual kopi yang penyajiannya dalam bentuk botol kemasan dengan konsep *take away* atau dibungkus. Seiring

berjalannya waktu Robi Limantono membuka cabang resmi A'robi di Jl. Imam Bonjol pada pertengahan tahun 2020 dengan konsep yang lebih menarik lagi dengan menyediakan tempat bagi konsumennya untuk minum ditempat sambil nongkrong, kerja tugas, dll. Karena memiliki rasa minuman yang enak sehingga banyak disukai oleh anak muda dan kalangan tua yang ada di Kota Palu. Dengan seiring berjalannya waktu dan peminat yang mulai banyak, Robi Limantono selaku owner mulai buka cabang di Kota Palu dalam setahun dapat membuka cabang sebanyak 7 titik hingga saat ini tahun 2025 sudah sebanyak 24 titik di kota palu dan 36 titik di luar kota palu wilayah sulawesi tengah.

Dari banyaknya titik outlet kopi A'robi berlokasi dipusat kota-kota yang berada di sulawesi tengah diantara lain toli-toli, parigi, poso dan kota-kota lainnya. Kopi A'robi terletak di tempat yang strategis di pusat-pusat kota sehingga mudah di akses dekat dengan perkantoran, area yang ramai, dekat dengan jalan yang ramai, menjadikan tempat yang ideal bagi para pekerja hingga pelajar yang ingin menikmati kopi sambil bersosialisasi ataupun berkerja. Akses menuju Kopi A'robi sangat mudah, baik menggunakan kendaraan pribadi, transportasi umum, maupun layanan ojek online. Selain itu, tersedia area parkir yang cukup luas untuk kendaraan roda dua dan roda empat, sehingga pengunjung dapat datang dengan lebih nyaman. Kopi A'robi menghadirkan suasana modern dan nyaman dengan pilihan area duduk indoor maupun outdoor. Interiornya didesain minimalis namun tetap hangat, dengan desain interior yang minimalist yang cocok untuk bersantai maupun bekerja. Sementara itu, area outdoor menawarkan suasana lebih santai dan terbuka, ideal bagi pengunjung yang ingin menikmati kopi di udara segar.

Alasan Robi Limantono membuka Kopi A'robi karena ingin memperlihatkan kepada masyarakat bahwa kopi merupakan minuman yang enak dan lebih terkenal lagi. Minuman kopi sudah menjadi gaya hidup orang Indonesia mulai dari kalangan anak muda maupun kalangan tua dan juga menjadi bagian hidup dari Robi Limantono sendiri, dan kini memiliki 60 outlet karena peluang bagi pebisnis Kopi meraup keuntungan yang besar, dan tempat yang tidak harus mewah dan penuh ornamen, yang terpenting adalah menyediakan tempat dan membuat pengunjung nyaman dan berlokasi di kawasan yang strategis sambil menikmati kopi

B. Hasil dan Pembahasan

1. Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal.

a. Kekuatan (*Strength*)

Kopi A'robi memiliki berbagai keunggulan yaitu memiliki cita rasa kopi yang begitu mewah dengan harga terjangkau bagi kalangan pekerja dan pelajar, penggunaan kopi Arabika dan Robusta yang terkenal akan cita rasanya dan nyaman diperut menjadi salah satu keunggulan kopi A'robi, selain itu memiliki Lokasi yang

strategis dipusat kota memberikan kemudahan akses bagi pelangganya. Desain interior yang minimalist menciptakan suasana yang nyaman, membuat pengunjung merasa betah, aspek ini semakin yang meningkan dengan pelayan loyal dan responsive.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Namun, Kopi A'robi ini juga menghadapi beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki. Salah satunya adalah harga produk yang cenderung lebih tinggi dibandingkan pesaing, sehingga dapat menjadi hambatan bagi pelanggan dengan anggaran terbatas. Selain itu, aspek manajemen operasional, terutama dalam pengelolaan administrasi dan komunikasi di keretakan memiliki banyak outlet, masih memerlukan perbaikan, selain itu kurangnya variasi menu yang itu-itu saja membuat pelanggan merasa jenuh.

c. Peluang (*Opportunity*)

Di sisi lain, terdapat berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Kopi A'robi. Meningkatnya tren konsumsi kopi, khususnya di kalangan anak muda, membuka peluang besar untuk menarik lebih banyak pelanggan. Inovasi dalam pengembangan produk atau menu yang unik dapat menjadi daya tarik tambahan bagi konsumen salah satunya kopi juara yaitu kopi autentik Kopi A'robi itu sendiri dan kedepannya iakan akan meluncurkan menu Kopsurat (Kopi Susu Rakyat). adapun Kolaborasi dengan bisnis lokal hingga menjadi sponsor di event-event yang ada di kota palu, dan terus memperluas jaringan bisnis, menciptakan peluang baru, serta membuat pelatihan bagi pencinta kopi

d. Ancaman (*Threat*)

Namun, Kopi A'robi juga harus mewaspadai berbagai ancaman yang dapat memengaruhi kelangsungan bisnisnya. Persaingan yang semakin ketat dengan munculnya banyak coffee shop baru dengan konsep dan strategi inovatif menjadi tantangan yang perlu dihadapi. Selain itu, perubahan selera dan preferensi konsumen yang terus berkembang dapat berdampak pada penjualan jika tidak diantisipasi dengan baik. Faktor ekonomi yang tidak tetap kadang mengalami naik turun dapat berpotensi memengaruhi daya beli pelanggan. Ancaman lain yang perlu diperhatikan adalah risiko pandemi atau krisis kesehatan yang dapat mengurangi jumlah kunjungan pelanggan. Selain itu, perubahan kebijakan atau regulasi pemerintah terkait industri makanan dan minuman juga harus diantisipasi agar operasional coffee shop tetap berjalan lancar.

KESIMPULAN

Kopi A'ROBI merupakan usaha kopi lokal yang berhasil berkembang pesat di Kota Palu berkat kualitas rasa, harga terjangkau, serta lokasi outlet yang strategis. Dari analisis SWOT, A'ROBI memiliki kekuatan pada cita rasa dan kenyamanan tempat, namun masih memiliki kelemahan seperti variasi menu yang terbatas dan tantangan operasional. Peluangnya berasal dari tren minum kopi yang terus meningkat dan dukungan pasar lokal, sementara ancamannya meliputi persaingan ketat dan perubahan preferensi konsumen. Secara keseluruhan, A'ROBI mampu bertahan dan berkembang,

serta berpotensi menjadi brand kopi lokal yang lebih kuat melalui inovasi dan peningkatan manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

Damariyanti, K.L., Amna, H. & Yoga. 2021. Strategi Pengembangan Usaha Kedai kopi kandra Coffee Denpasar Bali Menggunakan Metode SWOT dan QSPM. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*. 9(2).

Moh. Rizki Putra Aditya. *ANALISIS BAURAN PEMASARAN PADA KAFE KOPI A'ROBI KOTA PALU SKRIPSI*. (2023).

Limantono, R., & Founder, C. &. (n.d.). *Ibarat dua sisi mata uang, dalam brand Kopi A'Robi terdapat sosok Robby Limantono, sehingga hidup brand ini adalah juga hidup saya " "*.

Nanda Amalia, C., Linu Ibrahim, A., Danil Furqansyah, M., & Agribisnis Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, P. (2025). *Strategi Bertahan di Tengah Persaingan : Analisis SWOT Usaha Coffee Shop Bara Kopi di Kota Banda Aceh*. In *Jurnal Agribisnis Unisi* (Vol. 14, Issue 1).

Nafi'ah. (2017). *BAB II LANDASAN TEORI*. <https://etheses.iainkediri.ac.id/40/3/BAB%20II.pdf> (01/Desember/2025)