

Strategi Pengembangan dan Positioning Industri Kopi Jumpstart dengan Pendekatan Analisis PESTEL dan Porter's Five Forces

Kelsha Berliana Rifty¹, Danang Kusnanto²

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang
² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang

Info Artikel	ABSTRAK
Article history: Received Agu, 2025 Revised Nov, 2025 Accepted Nov, 2025	Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan dan positioning industri kopi UMKM <i>Jumpstart</i> melalui pendekatan analisis PESTEL dan Porter's Five Forces. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya persaingan industri kopi di Indonesia, baik dari sisi pelaku usaha ritel kopi modern, kedai kopi independen, maupun produk substitusi seperti kopi instan dan minuman berbasis teh/boba. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Subjek penelitian melibatkan pemilik usaha, karyawan produksi, dan pramusaji sebagai informan kunci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor eksternal (PESTEL) memengaruhi dinamika usaha melalui kebijakan perizinan, fluktuasi harga bahan baku, preferensi konsumen, serta tuntutan keberlanjutan lingkungan. Sementara itu, analisis Porter's Five Forces mengungkapkan tingginya intensitas persaingan intra-industri, daya tawar konsumen yang kuat, dan ancaman substitusi lintas kategori. Berdasarkan hasil analisis, strategi pengembangan <i>Jumpstart</i> difokuskan pada empat pilar utama: (1) <i>menu engineering</i> dan diferensiasi produk; (2) diversifikasi pemasok dan ketahanan rantai pasok; (3) pendekatan digital-first dengan sistem pemesanan dan loyalitas online; serta (4) inovasi bundling dan positioning berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi UMKM kopi dalam merumuskan strategi adaptif dan berkelanjutan guna meningkatkan daya saing di tengah ketatnya industri kopi nasional.
Kata Kunci: Analisis PESTEL; Industri Kopi; Lima Kekuatan Porter; Pengembangan Strategi; Positioning	
Keywords: Coffee Industry; PESTEL Analysis; Porter's Five Forces; Positioning; Strategy Development	
	ABSTRACT <i>This study aims to formulate development and positioning strategies for the Jumpstart coffee SME industry through PESTEL analysis and Porter's Five Forces. The research background is driven by the growing competition in Indonesia's coffee industry, ranging from modern retail coffee chains, independent coffee shops, to substitute products such as instant coffee and tea/boba-based beverages. This research employs a descriptive qualitative method with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The study involves the business owner, production staff, and service staff as key informants. Findings reveal that external factors (PESTEL) significantly influence business dynamics through licensing regulations, raw material price fluctuations, consumer preferences, and environmental sustainability demands. Meanwhile, Porter's Five Forces analysis highlights high industry rivalry, strong bargaining power of buyers, and cross-category substitution threats. Based on the combined analysis, Jumpstart's development strategy is focused on four pillars: (1) menu engineering and product differentiation; (2) supplier diversification and supply chain resilience; (3) digital-first approach with online ordering and loyalty systems;</i>

and (4) bundling innovation and sustainable positioning. This study provides practical contributions for coffee SMEs in formulating adaptive and sustainable strategies to strengthen competitiveness in Indonesia's highly competitive coffee industry.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Name: Kelsha Berliana Rifty

Institution: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: kelshaberliana@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini, industri kopi mengalami dinamika yang sangat cepat dengan perubahan tren yang cukup drastis, baik dari sisi perilaku konsumen, adopsi teknologi digital, maupun tingkat kompetisi dalam menghadirkan inovasi produk dan layanan. Kopi tidak lagi hanya dipandang sebagai minuman, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Kehadiran ritel kopi, baik dalam bentuk kedai independen maupun jaringan waralaba, menunjukkan pertumbuhan yang pesat di Indonesia, bahkan di tengah tantangan ekonomi global (Teresa & Wibowo, 2023).

Tren digitalisasi juga mendorong perubahan strategi bisnis industri kopi, mulai dari penggunaan aplikasi pemesanan daring, sistem pembayaran digital, hingga program loyalitas berbasis teknologi. Hal ini semakin mempertegas bahwa inovasi menjadi elemen kunci dalam mempertahankan keberlanjutan usaha kopi (Kusmulyono et al., 2023). Selain itu, meningkatnya jumlah pesaing, hadirnya produk substitusi seperti kopi instan, teh, dan minuman berbasis boba, serta daya tawar konsumen yang semakin tinggi menambah tantangan baru bagi para pelaku usaha kopi di Indonesia (Rachmawati et al., 2024; Viani et al., 2022).

Untuk menghadapi kompleksitas tersebut, dibutuhkan kerangka analisis yang komprehensif (Bobadilla et al., 2024). Analisis PESTEL menjadi alat bantu yang penting untuk memetakan faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, tren sosial-budaya, perkembangan teknologi, isu lingkungan, serta regulasi hukum yang berpengaruh terhadap keberlangsungan industri kopi (Teresa & Wibowo, 2023). Sementara itu, analisis Porter's Five Forces memberikan perspektif yang mendalam terkait intensitas persaingan industri, ancaman pendaatang baru, kekuatan produk substitusi, daya tawar pemasok, serta daya tawar pembeli (Kusmulyono et al., 2023; Warja et al., 2025).

Kedua kerangka ini terbukti relevan dalam memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi strategis industri kopi di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada penggabungan analisis PESTEL dan Porter's Five Forces dengan pendekatan kualitatif untuk merumuskan strategi pengembangan dan positioning Jumpstart, sebuah usaha kopi berbasis UMKM (Jiang, 2024). Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi yang aplikatif untuk memetakan faktor eksternal, menilai tingkat persaingan, serta mengidentifikasi peluang pengembangan usaha kopi yang lebih berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Subjek penelitian dalam penelitian ini diantaranya adalah seorang pemilik usaha Jumpstart sebagai key informan, 1 orang karyawan usaha di bagian produksi dan 1 karyawan sebagai pramusaji. Dalam penelitian kualitatif, jenis data yang digunakan umumnya berupa teks deskriptif

mendalam yang bersifat mengklasifikasi peristiwa atau kejadian (Braun & Clarke, 2019; Byrne, 2022). Pada penelitian ini data yang disajikan diperoleh secara langsung sebagai data primer dari narasumber dan sumber pendukung lainnya sebagai data sekunder.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil temuan wawancara dan observasi secara mendalam didapatkan bukti yang merujuk adanya:

- a. Dampak Kebutuhan Perizinan
 - 1) Sertifikasi Halal
 - 2) Kebijakan Upah/Ketenagakerjaan
 - 3) Standardisasi Operasi serta Peluang Diferensiasi Etis
- b. Dampak Pasok
 - 1) Perubahan Harga Biji Kopi & Bahan Pendukung lainnya
 - 2) Rantai Pasok dan Distribusi Mitra lainnya
- c. Dampak Sosial
 - 1) Preferensi Konsumen
 - 2) Trend Pasar
- d. Dampak Teknologi
 - 1) Kemudahan Transaksi (Metode Pembayaran Digital)
 - 2) Kemudahan Informasi Keuangan, Stok Bahan, dan sebagainya
- e. Dampak Kebelanjutan
 - 1) Tuntutan Pengurangan Plastik Sekali Pakai
 - 2) Sourcing Berkelanjutan Membuka Ruang Kampanye Hijau (Diskon Tumbler, Daur Ulang)

Temuan tersebut menjadi bukti adanya penerapan dari model analisis PESTEL yang sudah dilakukan namun masih belum maksimal karena adanya praktik yang berpotensi menimbulkan dampak negative terhadap usaha yang dijalankan secara internal dan eksternal dalam usaha berkelanjutan.

Temuan lain dalam kombinasi model analisis Porters Five Forces yakni sebagai berikut:

- a. Persaingan intra-industri
 - 1) Tinggi—banyak kedai kopi serupa
 - 2) Kecepatan layanan
 - 3) Dining Atmosphere (suasana)
- b. Daya tawar pemasok
 - 1) Harga jual bahan baku yang tidak tetap
 - 2) Minimnya mitra pemasok bahan baku utama dan pendukung
- c. Daya tawar pembeli
 - 1) Paket dan promosi di hari tertentu/mingguan/bulanan
 - 2) Member card (Konsumen tetap)
- d. Ancaman substitusi
 - 1) Persaingan kopi sachet dan ritel/coffeshop
 - 2) Persaingan usaha non-kopi (tea/boba)

Strategi pengembangan Jumpstart dirancang sebagai respons adaptif terhadap dinamika eksternal (PESTEL) dan tekanan industri (Five Forces), sekaligus mengintegrasikan wawasan kualitatif dari perilaku konsumen dan praktik kompetitor (Murdifin, 2024). Implikasi strategis ini mencakup empat pilar utama (Magnani & Gioia, 2023):

- a. Menu Engineering: Fokus pada 6–8 menu inti dengan margin tinggi ditambah 3 varian musiman untuk menjaga relevansi dan upselling. Uji coba ukuran dan opsi tambahan (e.g. topping, size upgrade) mendukung peningkatan nilai transaksi.
- b. Kontrak Pemasok Berjenjang: Diversifikasi sumber bahan baku melalui skema kontrak multi-tier dan kolaborasi dengan roastery lokal untuk menjaga stabilitas harga dan pasokan—sejalan dengan prinsip ketahanan rantai pasok kopi.
- c. Digital-First Approach: Pemesanan melalui QR code, WhatsApp, dan marketplace mempercepat proses transaksi dan memperluas jangkauan. Sistem loyalitas berbasis poin dan stamp digital memperkuat akuisisi serta retensi pelanggan, meniru praktik sukses pemain besar (Mk & Hidayat, 2024).
- d. Bundling & Value Packs: Penawaran paket hemat dan bundling produk dirancang untuk mengurangi sensitivitas harga dan meningkatkan daya tawar terhadap konsumen yang price-conscious.

1) *Strengths* (Kekuatan)

- a. Citra kopi sebagai bagian gaya hidup: kopi bukan sekadar minuman, tetapi identik dengan tren “ngopi” dan aktivitas sosial/produktif.
- b. Ketersediaan bahan baku lokal: Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar dunia memberi keunggulan akses biji kopi berkualitas (robusta & arabika).
- c. Fleksibilitas inovasi produk: menu kopi bisa dikreasikan (signature drink, seasonal, mixology dengan rempah lokal) sehingga mudah diferensiasi.
- d. Adopsi teknologi digital: aplikasi pesan antar, sistem pembayaran cashless, dan loyalty program online memperkuat efisiensi dan retensi pelanggan.
- e. Komunitas pecinta kopi: keberadaan komunitas pecinta kopi, barista, dan roastery menjadi katalis penguatan positioning merek.

2) *Weaknesses* (Kelemahan)

- a. Modal terbatas bagi UMKM kopi: keterbatasan modal memengaruhi ekspansi, inovasi interior, dan pemasaran skala besar.
- b. Ketergantungan pada harga bahan baku: volatilitas harga biji kopi, susu, dan bahan pendukung menekan margin keuntungan.
- c. Sumber daya manusia: banyak kedai masih bergantung pada keterampilan barista yang bervariasi, sehingga standar kualitas tidak konsisten.
- d. Brand awareness: sulit menyaingi chain besar dengan iklan masif dan jangkauan luas.
- e. Daya tahan usaha baru: tingkat kegagalan usaha kopi relatif tinggi akibat persaingan ketat dan tren konsumen yang cepat berubah.

3) *Opportunities* (Peluang)

- a. Pertumbuhan konsumsi kopi nasional: data menunjukkan tren konsumsi kopi masyarakat Indonesia meningkat setiap tahun, khususnya di segmen usia muda.
- b. Perubahan gaya hidup urban: semakin banyak pekerja dan mahasiswa memilih kafe/coffee shop untuk WFC (*work from café*) dan tempat berkumpul.
- c. Inovasi digital: peluang memperkuat positioning melalui aplikasi, pemesanan online, hingga pemasaran berbasis media sosial/TikTok marketing.
- d. Tren sustainability: kesadaran konsumen terhadap produk ramah lingkungan (tumbler, sedotan bambu, fair-trade coffee) membuka peluang positioning etis.
- e. Diversifikasi produk: kopi dalam kemasan (RTD, cold brew), merchandise, dan kolaborasi lintas industri (musik, fashion, kuliner lokal).

4) *Threats* (Ancaman)

- a. Persaingan sangat ketat: banyaknya kedai kopi baru, chain nasional/internasional, dan produk substitusi (teh, boba, minuman energi).

- b. Daya tawar pelanggan tinggi: konsumen mudah berpindah karena switching cost rendah, ditambah promosi agresif dari kompetitor.
- c. Ancaman substitusi: produk kopi instan sachet, kopi kalengan, dan RTD yang lebih praktis bisa menggerus pasar coffee shop.
- d. Regulasi & perizinan: kebijakan PIRT, halal, serta aturan lingkungan berpotensi menjadi hambatan bagi pelaku baru yang modalnya terbatas.
- e. Kondisi ekonomi makro: inflasi, kenaikan harga bahan baku, dan daya beli masyarakat yang menurun dapat mengurangi frekuensi pembelian kopi premium.

4. KESIMPULAN

PESTEL menunjukkan dorongan kuat pada kepatuhan, efisiensi biaya, dan digitalisasi; Five Forces menegaskan kompetisi intens, daya tawar pembeli tinggi, serta substitusi lintas-kategori. Sintesis kualitatif merekomendasikan positioning dan empat pilar strategi: (1) efisiensi pasok & menu; (2) channel digital & loyalty; (3) diferensiasi pengalaman lokal-modern; (4) keberlanjutan & kepatuhan. Implementasi portofolio strategi 12–18 bulan diharapkan meningkatkan retensi, margin kontribusi, dan ekuitas merek Jumpstart.

DAFTAR PUSTAKA

- Bobadilla, L. G., Campos Trigoso, J.-A., Bustos Chavez, M. del P., Rituay Trujillo, P.-A., & Oliva, M. (2024). Structural analysis of the future of the coffee industry in the Amazonas region using a MICMAC approach. *Heliyon*, 10(7). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e27827>
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589–597.
- Byrne, D. (2022). A worked example of Braun and Clarke's approach to reflexive thematic analysis. *Quality & Quantity*, 56(3), 1391–1412. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01182-y>
- Jiang, M. (2024). Analysis of Market Positioning and Brand Competitiveness of Starbucks and Luckin Coffee in China. *SHS Web of Conferences*, 208, 4006.
- Kusmulyono, M. S., Rachman, R. A., & Gunawan, V. P. (2023). Five Forces Analysis of Coffee Business Industry in Temanggung Regency of Central Java. *Maker: Jurnal Manajemen*, 9(1), 76–89.
- Magnani, G., & Gioia, D. (2023). Using the Gioia Methodology in international business and entrepreneurship research. *International Business Review*, 32(2), 102097. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2022.102097>
- Mk, R. H., & Hidayat, O. (2024). *Marketing Communication Strategies of Coffee Shops in Increasing Brand Awareness : A Qualitative Descriptive Study of Thousandsunnycoffee*. 8(1), 40–50.
- Murdifin, I. (2024). Micro, Small, and Medium Enterprises Business Strategy Post-COVID-19: A Case Study of Coffee Shop 148 in Makassar City. *Seybold Report*, 19(3), 41–56.
- Rachmawati, E., Roos, S., Kusuma, F., Tibia, C., Group, F., Chaldun, S. C., Rachmawati, E., & Roos, S. (2024). *in international market : an aspect-based sentiment analysis with GPT-3 Influencing factors of Indonesian coffee product customer experience in international market : an aspect-based sentiment analysis with GPT-3 Davinci model*. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2429796>
- Teresa, A., & Wibowo. (2023). *Fokus pada strategi PESTEL + Five Forces dalam industri hulu Coffee Star, termasuk aspek SWOT dan faktor sukses*.
- Viani, A., Prabawani, B., & Dewi, R. S. (2022). Analisis Green Supply Chain Management dan Porter's Five Forces pada Industri Pertanian Kopi (Studi Kasus UMKM Two Heart Kopi Posong). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 298–300.
- Warja, A. A. G., Abdurahman, A., & Purnamasari, P. (2025). Business Strategy Analysis of Kopi Kenangan Using Porter's Five Forces. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2 SE-), 2288–2293. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14443>