

KEBERLANJUTAN KEUNGGULAN KOMPETITIF COSTA COFFEE: PERSPEKTIF ANSOFF MATRIX DAN ANALISIS PEST

Atanasius Dellon¹, Aisyah Lovayudina², Soetam Rizky Wicaksono³

¹Internasional Business Management, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ma Chung

²Internasional Business Management, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ma Chung

³Pendidikan Sistem Informasi, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Ma Chung

¹Email : 112310013@student.machung.ac.id¹, 112310003@student.machung.ac.id², soetam.rizky@machung.ac.id³

URL: <https://jpekbm.upjb.ac.id/index.php/files/article/view/57>
DOI: <https://doi.org/10.32682/6qzjke07>

Abstract

This study analyzes how Costa Coffee, a British coffeehouse brand that has grown since 1971 into a global network, maintains its competitive advantage through consistent product quality, stable revenue, and adaptation to technological disruption. The research uses a descriptive qualitative approach based on literature review to examine market penetration strategies, product development, diversification, and the influence of political, economic, social, and technological factors on global expansion. The findings show that Costa Coffee's sustainability relies on three main dimensions: consistent product quality through standardized house blends and barista training, revenue stability through diversified sales channels including physical stores, ready-to-drink products, and the Costa Express network, and adaptation to technological disruption via the Costa Club app, digital procurement, and cloud-based HR management. International regulations, post-Brexit changes, and digitalization also influence the company's strategy. Overall, the study provides insight into the relationship between innovation, quality, and global market dynamics in sustaining Costa Coffee's competitiveness.

Keyword: *Digital Transformation, Ansoff Matrix, PEST, Costa Coffee*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis bagaimana Costa Coffee, merek kedai kopi asal Inggris yang berkembang sejak 1971 menjadi jaringan global, mempertahankan keunggulan kompetitif melalui konsistensi kualitas, stabilitas omzet, dan adaptasi terhadap disrupsi teknologi. Metode penelitian menggunakan analisis kualitatif deskriptif berbasis kajian literatur untuk menilai strategi penetrasi pasar, pengembangan produk, diversifikasi, serta pengaruh faktor politik, ekonomi, sosial, dan teknologi terhadap ekspansi global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan Costa Coffee didukung oleh tiga dimensi: kualitas produk yang konsisten melalui standardisasi house blend dan pelatihan barista, stabilitas omzet melalui diversifikasi kanal penjualan seperti gerai fisik, produk ready-to-drink, dan jaringan Costa Express, serta adaptasi terhadap disrupsi teknologi melalui aplikasi Costa Club, digital procurement, dan sistem manajemen SDM berbasis cloud. Regulasi internasional, perubahan pasca-Brexit, dan digitalisasi turut memengaruhi strategi perusahaan. Tetapi, penelitian ini memberikan pemahaman tentang hubungan inovasi, kualitas, dan dinamika pasar global dalam mempertahankan daya saing Costa Coffee.

Kata Kunci: Transformasi Digital, Ansoff Matrix, PEST, Costa Coffee

Pendahuluan

Costa Coffee, didirikan pada tahun 1971 oleh Sergio dan Bruno Costa di London sebagai sebuah perusahaan pemanggangan kecil yang memasok biji kopi panggang kepada restoran dan hotel lokal (Kordick, 2023). Operasi awal dilakukan dengan fokus pada penciptaan cita rasa kopi yang konsisten dan autentik melalui proses pemanggangan manual dan eksperimen berulang. Pendekatan ini menghasilkan “Mocha Italia Blend,” campuran kopi khas yang menjadi identitas sensorik Costa Coffee dan membedakannya dari pesaing dalam industri kopi Inggris (Pan, 2025). Karakteristik produk yang stabil ini membangun fondasi awal bagi reputasi merek dan memungkinkan perusahaan memperluas basis konsumennya secara bertahap.

Pada tahap selanjutnya, perkembangan Costa Coffee ditandai dengan transformasi dari bisnis keluarga menjadi jaringan kedai kopi berskala nasional. Ekspansi yang dilakukan mengutamakan replikasi standar kualitas, prosedur operasional, dan pengalaman layanan yang seragam di setiap gerai (Smith, 2018). Strategi ini memperkuat konsistensi merek dan memfasilitasi pertumbuhan melalui peningkatan jumlah gerai di berbagai wilayah Inggris. Reputasi Costa Coffee dibentuk melalui kombinasi kualitas produk, konsistensi pelayanan, dan kedekatan dengan preferensi konsumen lokal, sehingga merek tersebut berkembang menjadi salah satu jaringan kedai kopi terbesar di Inggris dan memiliki fondasi kuat untuk ekspansi ke pasar internasional (Snider et al., 2017).

Sebelum penerapan transformasi digital, aktivitas operasional Costa Coffee bergantung pada proses manual yang mencakup pemesanan bahan baku, distribusi logistik, dan pengelolaan stok di tingkat gerai. Sistem pelaporan penjualan dan pengendalian inventori dilakukan secara periodik, sehingga pengambilan keputusan bersifat reaktif dan kurang responsif terhadap perubahan permintaan harian. Pengalaman pelanggan berfokus pada interaksi tatap muka di kedai, dengan sistem pembayaran tradisional dan program loyalitas berbasis kartu fisik (Pan, 2025). Keterbatasan ini menciptakan hambatan dalam efisiensi operasional dan mengurangi kemampuan perusahaan dalam menganalisis data konsumen secara mendalam (Song et al., 2021).

Setelah transformasi digital diterapkan, operasional Costa Coffee berubah secara signifikan melalui integrasi teknologi cloud, sistem manajemen sumber daya manusia berbasis digital, serta platform pengadaan dan logistik real-time. Aplikasi Costa Club, metode pembayaran tanpa kontak, dan pemesanan digital memperkuat keterlibatan pelanggan dan memungkinkan pengalaman layanan yang lebih cepat dan personal (Maspul, 2023). Kehadiran Costa Express sebagai mesin otomatis berbasis kontrol kualitas digital memperluas jangkauan produk tanpa ketergantungan pada barista. Transformasi ini meningkatkan efisiensi, memperkuat konsistensi mutu layanan, serta memperluas kapasitas perusahaan untuk melakukan analisis data dalam mendukung keputusan strategis (Ancillai et al., 2023).

Costa Coffee merupakan merek yang relevan untuk dianalisis karena memiliki sejarah panjang sejak awal 1970-an dan menunjukkan konsistensi strategis dalam menjaga kualitas produk (Na et al., 2022). Stabilitas operasionalnya tercermin dari standar pemilihan bahan baku, proses pemanggangan, dan prosedur penyajian yang diterapkan secara seragam di berbagai negara. Model operasional tersebut menghasilkan tingkat keandalan layanan yang tinggi, memperkuat ekuitas merek, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang konsisten. Penetrasi pasar di Inggris sebagai pasar utama menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam memanfaatkan

budaya konsumsi kopi yang telah mapan dan menjadikannya dasar bagi ekspansi internasional (Rozak et al., 2021). Oleh sebab itu, Costa Coffee menjadi objek kajian yang signifikan bagi penelitian mengenai strategi keberlanjutan merek dalam industri minuman global.

Pertumbuhan omzet Costa Coffee turut memperkuat relevansinya sebagai subjek analisis, terutama karena perusahaan berhasil mempertahankan stabilitas pendapatan melalui diversifikasi kanal penjualan. Pendapatan tidak hanya bergantung pada gerai fisik, tetapi juga diperoleh dari layanan Costa Express, produk siap minum, serta kemitraan dengan institusi komersial. Diversifikasi ini mengurangi ketergantungan pada satu sumber pendapatan dan meningkatkan ketahanan perusahaan terhadap fluktuasi pasar (Thürriidl et al., 2020). Keberhasilan penetrasi pasar domestik di Inggris menunjukkan kapasitas perusahaan dalam menyesuaikan strategi produk dan layanan dengan preferensi konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa Costa Coffee dapat menjadi contoh empiris yang relevan dalam memahami stabilitas finansial dan keunggulan kompetitif di sektor minuman (Rozak et al., 2021).

Selain itu, kemampuan Costa Coffee beradaptasi terhadap disrupsi teknologi merupakan faktor penting yang menjadikan merek ini layak dianalisis secara akademik. Transformasi digital yang dilakukan mencakup pemanfaatan aplikasi loyalitas, sistem pemesanan digital, pembayaran tanpa kontak, dan penggunaan data pelanggan untuk personalisasi layanan (Plekhanov et al., 2022). Inovasi ini memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menjaga konsistensi kualitas di berbagai titik layanan. Integrasi teknologi dalam Costa Express menghasilkan kemudahan akses dan kontrol kualitas yang tinggi tanpa memerlukan keterlibatan tenaga kerja langsung (Licata et al., 2023). Respons terhadap disrupsi teknologi ini menjadikan Costa Coffee contoh komprehensif mengenai bagaimana inovasi digital dapat mendukung keberlanjutan dan daya saing perusahaan dalam industri minuman yang dinamis.

Research gap muncul karena penelitian terdahulu lebih banyak membahas strategi pemasaran, perilaku konsumen, dan ekspansi internasional Costa Coffee, tetapi belum mengkaji keterkaitan antara konsistensi kualitas produk, stabilitas pendapatan, dan adaptasi teknologi secara komprehensif (Rui, 2024). Ketiga aspek tersebut memiliki peran strategis dalam mempertahankan keberlanjutan merek, akan tetapi belum dianalisis sebagai satu kesatuan yang saling memengaruhi dalam konteks dinamika industri minuman modern. Celah penelitian ini menunjukkan perlunya pendekatan analitis yang mengintegrasikan perspektif operasional, finansial, dan teknologi secara simultan ("AI-Based Demand Predictive Sales and Forecast Optimization," 2025).

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini bertujuan menelaah bagaimana Costa Coffee mempertahankan posisi kompetitif melalui konsistensi kualitas produk, pertumbuhan omzet yang stabil, dan adaptasi terhadap disrupsi teknologi (Smirnov & Huchzermeier, 2020). Analisis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan teori manajemen merek dan strategi bisnis, serta memberikan implikasi praktis bagi perusahaan yang menghadapi tekanan persaingan dan perubahan perilaku konsumen. Dengan demikian, penelitian ini menyediakan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara inovasi digital, performa finansial, dan kualitas operasional dalam memperkuat daya saing global Costa Coffee (Rao et al., 2024).

Metode Penelitian

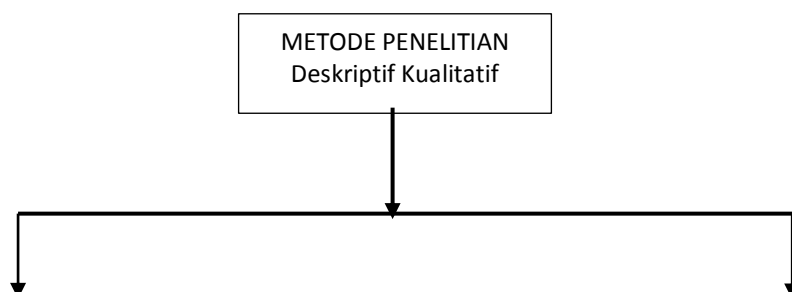
Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif berbasis studi literatur untuk menganalisis strategi bisnis Costa Coffee dalam mempertahankan keunggulan kompetitif, penetrasi pasar, diversifikasi produk, dan adaptasi teknologi (Trenerry et al., 2021). Sumber data terdiri dari artikel jurnal, buku, laporan perusahaan, berita industri, dan publikasi daring yang membahas operasional, inovasi produk, dan transformasi digital Costa Coffee (Peluso, 2023).

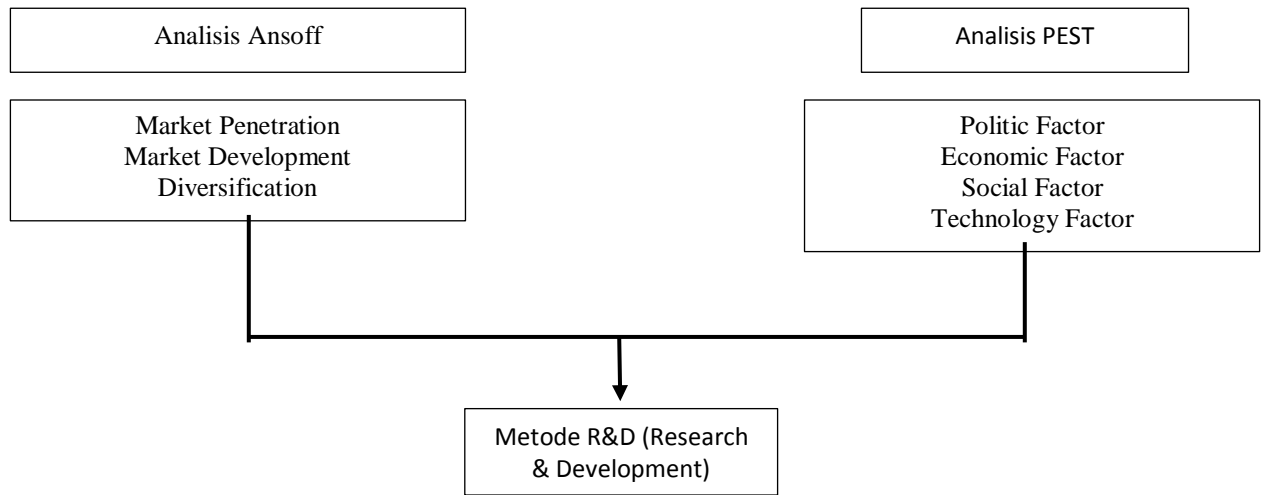
Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, yakni identifikasi, seleksi, dan pengumpulan informasi relevan dari sumber terpercaya (Na et al., 2022). Data diklasifikasikan berdasarkan fokus analisis, termasuk aspek Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi (PEST), strategi penetrasi pasar dan diversifikasi produk (Ansoff Matrix), serta implementasi teknologi dalam operasional dan distribusi (Ibrahim et al., 2023).

Analisis data dilakukan secara tematik dan sistematis, mengkaji hubungan antara strategi Costa Coffee dengan keberlanjutan bisnis, konsistensi kualitas, pertumbuhan omzet, dan respons terhadap disrupsi teknologi (Maspul, 2023). Analisis PEST menilai faktor eksternal yang memengaruhi ekspansi global, Ansoff Matrix mengevaluasi strategi penetrasi dan diversifikasi produk, sedangkan integrasi teknologi dianalisis untuk memahami peningkatan efisiensi, loyalitas pelanggan, dan inovasi produk (Dragusanu & Nunn, 2018).

Hasil analisis disajikan untuk memberikan pemahaman menyeluruh mengenai interaksi antara inovasi, kualitas, dan dinamika pasar global, serta bagaimana faktor internal dan eksternal membentuk strategi Costa Coffee dalam mempertahankan keunggulan kompetitif di industri kopi internasional.

Diagram Metode Penelitian





Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

Hasil dan Pembahasan

a. Analisis Ansoff Matrix

Analisis penetrasi pasar Costa Coffee dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa kondisi utama, yaitu produk kopi premium yang menghadapi tantangan distribusi global karena perbedaan regulasi pangan, fakta bahwa Costa Coffee bukan merek asal Amerika Serikat sehingga harus menghadapi dominasi jaringan kopi berbasis AS, serta status Costa Coffee sebagai brand yang telah lama berdiri dengan identitas historis tertentu (Maspul, 2023). Dalam kerangka Ansoff Matrix, kondisi-kondisi tersebut menjadi dasar untuk mengevaluasi efektivitas strategi penetrasi pasar pada dua ruang utama, yaitu pasar yang sudah ada dan pasar baru (Snider et al., 2017).

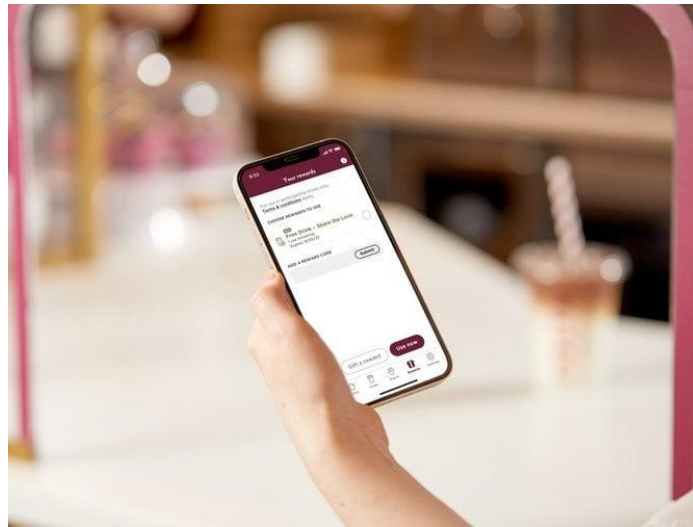


Gambar 1.2 Produk Costa at Home, menjadi Signatu House Blend
Sumber: Diadaptasi dari Costa Coffee (2025)

Pada pasar yang telah ada, strategi penetrasi pasar Costa Coffee dipengaruhi oleh ketatnya standar pangan dan regulasi impor–ekspor bahan baku kopi yang berbeda-beda di berbagai negara (Pan, 2025). Sebagai merek asal Inggris, perusahaan harus mengelola persaingan dengan jaringan kopi besar yang berasal dari Amerika Serikat dan telah memiliki posisi yang kuat di pasar internasional. Pengalaman panjang sejak tahun 1971 menjadi modal penting bagi Costa Coffee dalam mempertahankan basis konsumen melalui konsistensi kualitas produk, standar house blend, serta pengalaman gerai yang seragam. Strategi penetrasi pada pasar lama dilakukan melalui peningkatan kunjungan pelanggan, pemanfaatan program loyalitas berbasis aplikasi, peningkatan efisiensi layanan, dan distribusi produk instan serta ready-to-drink di supermarket untuk memperluas konsumsi tanpa ekspansi gerai secara agresif (Smith, 2018).

Pada pasar yang baru, tantangan distribusi global dan status Costa Coffee sebagai merek non-AS memerlukan pendekatan adaptif yang berbeda (Thürriidl et al., 2020). Diferensiasi sebagai kopi premium khas Inggris memberikan nilai tambah, akan tetapi tetap harus disesuaikan dengan preferensi lokal di wilayah tujuan ekspansi. Dalam kerangka Ansoff Matrix, strategi penetrasi Costa Coffee pada pasar baru dilakukan melalui pengembangan kemitraan, model waralaba, serta penguatan distribusi melalui jaringan retail modern dan layanan pesan antar. Heterogenitas pasar internasional mengharuskan perusahaan menyesuaikan varian menu, format gerai, dan standar harga agar selaras dengan daya beli dan budaya minum kopi lokal (Rozak et al., 2021). Reputasi historis mendukung proses masuk pasar, akan tetapi tetap perlu diperkuat oleh inovasi teknologi, pemasaran digital, dan strategi logistik yang mampu mengurangi hambatan regulasi pangan internasional.

Analisis diversifikasi produk Costa Coffee mencakup dua aspek utama, yaitu pengembangan varian produk baru dan pemanfaatan teknologi yang relevan dengan kondisi operasional saat ini (Licata et al., 2023). Diversifikasi dilakukan melalui perluasan portofolio minuman, inovasi kopi dalam kemasan, serta produk siap minum yang dipasarkan melalui ritel modern. Perubahan preferensi konsumen terhadap minuman rendah gula, alternatif susu nabati, serta profil rasa yang lebih spesifik mendorong Costa Coffee meningkatkan inovasi formula dan memperkenalkan menu musiman (Licata et al., 2023). Desain kemasan produk siap minum juga disesuaikan untuk menjangkau konsumen yang lebih muda dan mobile, sehingga membuka peluang pada segmen yang tidak terjangkau oleh gerai fisik. Strategi ini sesuai dengan konsep diversifikasi produk dalam Ansoff Matrix karena menambah penawaran baru yang memperluas basis konsumsi.



Gambar 1.3 Alur Pemesanan Digital melalui Aplikasi Costa Club
Sumber: Diadaptasi dari Costa Coffee (2025)

Pemanfaatan teknologi modern turut memperkuat strategi diversifikasi Costa Coffee. Teknologi seperti aplikasi pemesanan digital, sistem loyalitas berbasis data, dan mesin kopi otomatis Costa Express memberikan landasan bagi peningkatan variasi produk dan perluasan kanal konsumsi (Rui, 2024). Penempatan Costa Express di berbagai lokasi non-gerai memungkinkan perusahaan menyediakan produk dengan standar konsisten tanpa kehadiran barista, sehingga menambah bentuk penyajian yang berbeda dari model gerai tradisional. Integrasi data pelanggan dari aplikasi mobile memungkinkan perusahaan menyesuaikan varian menu sesuai pola konsumsi yang teridentifikasi. Dalam perspektif Ansoff, pemanfaatan teknologi ini menunjukkan bahwa diversifikasi tidak hanya mencakup penciptaan produk baru, tetapi juga transformasi cara produk diakses dan dikonsumsi (Peluso, 2023). Pendekatan tersebut memperlihatkan komitmen Costa Coffee dalam menjaga relevansi di pasar yang semakin terdigitalisasi melalui kombinasi inovasi produk dan modernisasi operasional.

Aspek Analisis	Ringkasan Temuan
Pembentukan varian produk baru	Diversifikasi dilakukan melalui pengembangan varian kopi siap minum (RTD), menu musiman, serta varian rasa yang disesuaikan dengan preferensi regional untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.
Integrasi teknologi digital dalam pengenalan varian	Teknologi digital digunakan untuk mendukung promosi varian baru melalui aplikasi, pemindaian kemasan, atau fitur informasi digital yang menambah pemahaman konsumen terhadap produk.
Inovasi kemasan untuk segmen demografi	Kemasan dikembangkan dengan desain yang

baru	lebih praktis, modern, dan sesuai preferensi konsumen muda, termasuk ukuran lebih kecil dan kemasan ramah lingkungan.
Pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan engagement	Kode QR dan aplikasi digunakan untuk memberikan akses ke program loyalitas, edukasi kopi, serta konten interaktif untuk meningkatkan keterlibatan konsumen.
Disrupsi teknologi sebagai pendorong inovasi	Teknologi digunakan dalam pengembangan produk dan layanan, termasuk Costa Express, untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi serta memperkuat relevansi merek.
Tujuan strategis diversifikasi	Diversifikasi diarahkan untuk memperluas basis konsumen, meningkatkan nilai tambah produk, serta memperkuat posisi merek di pasar dengan persaingan yang semakin intensif.

b. Analisis PEST

Politik menjadi faktor penting yang memengaruhi penetrasi pasar Costa Coffee, terutama terkait regulasi pangan dan perdagangan di negara berkembang yang menerapkan standar keamanan dan sertifikasi ketat terhadap produk impor, termasuk kopi premium (Ibrahim et al., 2023). Persyaratan administratif, persetujuan sanitasi, dan inspeksi yang rinci menjadi kendala yang harus dihadapi perusahaan. Kebijakan proteksionis untuk melindungi produsen lokal, termasuk tarif impor dan pembatasan bahan baku, menambah kompleksitas ekspansi. Selain itu, izin pendirian gerai asing, regulasi waralaba, dan ketentuan penggunaan tenaga kerja lokal memengaruhi kelancaran operasi. Sebagai merek Inggris, Costa Coffee juga harus menyesuaikan strategi dengan perubahan pasca-Brexit, termasuk perjanjian dagang baru, tarif, dan standar ekspor, sehingga penetrasi pasar tidak hanya bergantung pada kualitas produk tetapi juga kemampuan perusahaan menavigasi dinamika politik global (Maspul, 2023).

Dari perspektif ekonomi, distribusi global Costa Coffee menghadapi tantangan struktural akibat dominasi jaringan kopi berbasis Amerika Serikat yang telah lama membangun infrastruktur logistik, perjanjian distribusi, dan kemitraan pemasok (Song et al., 2021). Kondisi ini meningkatkan biaya masuk bagi merek non-AS dan memaksa perusahaan menyesuaikan prosedur impor, pengemasan, dan sertifikasi. Perjanjian perdagangan bilateral turut memengaruhi kelancaran alur distribusi bahan baku dan produk akhir, sehingga strategi negosiasi dan koordinasi menjadi penting untuk memastikan efisiensi logistik dan keberlanjutan operasional. Diversifikasi produk dan kanal distribusi, seperti RTD dan layanan pesan antar, menjadi strategi mitigasi untuk menghadapi hambatan ekonomi dan logistik di pasar internasional (Smith, 2018).

Aspek sosial yang mendukung ekspansi Costa Coffee terlihat dari budaya kafe di Inggris yang telah mapan, di mana konsumen menghargai interaksi sosial dan pengalaman minum kopi yang berkualitas (Pan, 2025). Konsep “coffee shop experience” yang nyaman, hangat,

dan konsisten memungkinkan perusahaan membangun loyalitas pelanggan sekaligus menguji strategi penetrasi sebelum ekspansi global. Perusahaan juga menyesuaikan portofolio produknya dengan preferensi lokal di berbagai pasar internasional, termasuk variasi kopi dingin, teh, dan makanan ringan. Tren sosial ini memperkuat relevansi merek, membangun ekuitas brand, dan memungkinkan Costa Coffee mempertahankan citra premium sekaligus menyesuaikan diri dengan perilaku konsumen modern yang semakin mengutamakan kenyamanan dan pengalaman personal (Kordick, 2023).

Teknologi menjadi pendorong utama keberhasilan penetrasi pasar Costa Coffee, melalui inovasi yang diterapkan pada sistem penyajian dan distribusi. Mesin otomatis Costa Express memungkinkan penyediaan kopi berkualitas di lokasi tanpa barista, sementara aplikasi digital dan sistem loyalitas berbasis data memfasilitasi pemesanan, pembayaran, analisis perilaku konsumen, serta personalisasi layanan (Snider et al., 2017). Kanal online dan e-commerce memperluas jangkauan pasar yang tidak terjangkau gerai fisik, mendukung logistik modern, serta meningkatkan efisiensi operasional. Integrasi teknologi ini tidak hanya memperkuat kualitas dan konsistensi produk, tetapi juga memperluas aksesibilitas, mengoptimalkan pengalaman pelanggan, dan membangun fondasi kuat bagi ekspansi global dalam industri kopi yang kompetitif (Song et al., 2021).

Aspek Analisis	Ringkasan Temuan
Politik	Regulasi keamanan pangan dan standar operasional gerai memengaruhi proses distribusi, kepatuhan produk, serta prosedur ekspansi di negara berkembang. Kebijakan impor biji kopi dan tarif dapat meningkatkan biaya operasional dan memengaruhi stabilitas pasokan. Kebijakan nasional, izin waralaba, dan ketentuan tenaga kerja lokal turut menentukan kelancaran ekspansi jaringan.
Ekonomi	Perubahan daya beli konsumen memengaruhi frekuensi kunjungan dan pola konsumsi di gerai Costa Coffee. Fluktuasi harga kopi global dan biaya logistik berdampak pada strategi harga, efisiensi operasional, dan alokasi sumber daya. Diversifikasi produk dan kanal distribusi digunakan untuk mengurangi risiko ekonomi dan menjaga stabilitas pendapatan.
Sosial	Budaya kafe di Inggris dan negara target mendukung permintaan terhadap layanan Costa Coffee, di mana konsumen menghargai ruang nyaman untuk bersosialisasi. Pergeseran gaya hidup ke arah konsumsi praktis mendorong pertumbuhan minuman siap saji

	(RTD) dan layanan digital. Loyalitas pelanggan terbentuk melalui pengalaman konsisten dan personalisasi layanan.
Teknologi	Implementasi aplikasi mobile, sistem pemesanan digital, dan pembayaran elektronik meningkatkan efisiensi layanan dan kenyamanan pelanggan. Otomatisasi melalui mesin Costa Express dan integrasi data pelanggan memperkuat konsistensi kualitas, personalisasi layanan, serta aksesibilitas produk di berbagai lokasi. Teknologi menjadi pendorong utama ekspansi global berbasis digital.



Gambar 1.4 Mesin Costa Coffee: Dukungan untuk Waralaba dan Home Brewing
Sumber: Diadaptasi dari Costa Coffee (2025)

c. Analisis Sintesis

Analisis sintesis antara kerangka Ansoff Matrix dan faktor-faktor PEST menunjukkan bahwa strategi penetrasi pasar Costa Coffee dibentuk oleh dinamika eksternal yang menuntut perusahaan untuk beroperasi secara adaptif dan tetap konsisten terhadap identitas mereknya (Smith, 2018). Pada pasar yang telah dikuasai, regulasi politik mengenai standar keamanan pangan, perizinan operasional, serta kebijakan impor biji kopi menciptakan kerangka kerja yang harus dipatuhi perusahaan. Kondisi ini memaksa Costa Coffee untuk menjaga stabilitas rantai pasokan dan keandalan kualitas produk sebagai elemen kunci dari strategi penetrasi pasar. Selain itu, variabel ekonomi seperti fluktuasi daya beli konsumen dan intensitas persaingan industri kopi mendorong perusahaan untuk menata ulang strategi

harga, efisiensi distribusi, serta pengelolaan biaya operasional (Song et al., 2021). Dengan demikian, faktor-faktor PEST pada dimensi politik dan ekonomi secara langsung memengaruhi kemampuan Costa Coffee untuk mempertahankan tingkat kunjungan pelanggan dan memperkuat penetrasi pada pasar yang telah mapan.

Pada saat perusahaan berupaya memasuki pasar baru, hubungan antara Ansoff Matrix dan PEST tampak semakin erat, terutama ketika Costa Coffee harus menyesuaikan diri dengan dinamika budaya dan preferensi konsumsi masyarakat setempat (Ancillai et al., 2023). Perubahan tren sosial, seperti meningkatnya popularitas budaya kafe, peralihan konsumen ke minuman praktis, serta preferensi terhadap suasana dan pengalaman yang nyaman, membuka peluang penetrasi baru bagi Costa Coffee. Akan tetapi, peluang ini mensyaratkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap pola konsumsi lokal. Melalui proses tersebut, perusahaan mengembangkan menu yang sensitif terhadap cita rasa regional, memodifikasi konsep layanan, dan memanfaatkan kemitraan strategis untuk mengatasi batasan ekonomi dan politik di pasar baru (Kordick, 2023). Dengan cara ini, penetrasi pasar bukan hanya proses memperluas jaringan distribusi, melainkan juga upaya membangun relevansi budaya yang menjadi dasar keberlanjutan ekspansi.

Dimensi teknologi memberikan pengaruh yang paling signifikan dalam menyatukan prinsip-prinsip Ansoff Matrix dengan analisis PEST, karena inovasi digital memungkinkan Costa Coffee memperluas cakupan konsumennya dengan kecepatan yang lebih tinggi dan biaya yang lebih efisien (Huang et al., 2024). Penerapan aplikasi mobile, sistem pemesanan tanpa kontak, pembayaran digital, serta otomatisasi layanan melalui Costa Express telah meningkatkan kenyamanan pelanggan sekaligus memperdalam penetrasi pada pasar eksisting. Teknologi juga berfungsi sebagai jembatan untuk memasuki pasar baru, terutama ketika kanal digital memungkinkan perusahaan menjangkau konsumen tanpa bergantung penuh pada kehadiran fisik gerai. Selain itu, kemampuan perusahaan memanfaatkan data konsumen untuk merancang varian produk baru menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya mendukung penetrasi, tetapi juga membuka peluang diversifikasi yang selaras dengan kerangka Ansoff (Dragusanu & Nunn, 2018). Melalui dinamika tersebut, terlihat bahwa keberhasilan strategi pasar Costa Coffee sangat dipengaruhi oleh kemampuannya mengintegrasikan inovasi teknologi dengan tuntutan lingkungan eksternal yang dianalisis melalui PEST, sehingga kegiatan ekspansi dapat berjalan secara lebih responsif, terukur, dan berkelanjutan.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa keberlanjutan dan keunggulan kompetitif Costa Coffee didukung oleh tiga aspek utama, yaitu konsistensi kualitas produk, stabilitas omzet melalui diversifikasi kanal penjualan, dan kemampuan adaptasi terhadap disrupsi teknologi. Konsistensi kualitas dicapai melalui standarisasi house blend, pelatihan barista, dan prosedur operasional yang seragam. Stabilitas pendapatan diperkuat oleh kombinasi gerai fisik, produk ready-to-drink, Costa Express, dan kemitraan dengan jaringan ritel. Adaptasi teknologi, termasuk aplikasi Costa Club, sistem pemesanan digital, pembayaran elektronik, dan integrasi data pelanggan, memperkuat efisiensi operasional, loyalitas pelanggan, dan pengalaman konsumen. Selain itu,

faktor politik, ekonomi, sosial, dan teknologi memengaruhi penetrasi pasar global, terutama terkait regulasi pangan, distribusi internasional, budaya kafe, dan digitalisasi layanan.

Referensi

- AI-Based Demand Predictive Sales and Forecast Optimization. (2025). In *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2025.72288>
- Ancillai, C., Sabatini, A., Gatti, M., & Perna, A. (2023). Digital technology and business model innovation: A systematic literature review and future research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122307>
- Dragusanu, R., & Nunn, N. (2018). The Effects of Fair Trade Certification: Evidence From Coffee Producers in Costa Rica. *Journal of the European Economic Association*. <https://doi.org/10.3386/w24260>
- Huang, A., Zhuang, J., Ren, Y., Rao, Y., & Tsai, S. (2024). Supply Chain Management in the Digital Economy: Case Studies of Deep Learning Technology Applications. *J. Glob. Inf. Manag.*, 32, 1–27. <https://doi.org/10.4018/jgim.361589>
- Ibrahim, H., Tunde, O. A., Hamid, N. A. N. A., Mahadir, N. A. N., Anuar, N. A. B. W., Azamuddin, N. A., Abimanyu, N., Nisak, N. A., Shinde, A. S., & Priyanka, K. (2023). Espresso Yourself: Are You A Coffeeholic? A Study of Customers Satisfaction on Costa Coffee in Malaysia. *International Journal of Tourism & Hospitality in Asia Pasific*. <https://doi.org/10.32535/ijthap.v6i2.2345>
- Kordick, C. (2023). Costa Rica after Coffee: The Co-op Era in History and Memory. *Agricultural History*. <https://doi.org/10.1215/00021482-10154387>
- Licata, F., Maruca, R., Citrino, E. A., & Bianco, A. (2023). Building a healthy lifestyle: the role of emotional intelligence among Italian university students. *Scientific Reports*, 13. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-44141-3>
- Maspul, K. A. (2023). Digital Innovation in the Specialty Coffee Market: Revolutionizing Business and Competitive Advantage. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i1.2397>
- Na, C., Chen, X., Li, X., Li, Y., & Wang, X. (2022). Digital Transformation of Value Chains and CSR Performance. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su141610245>
- Pan, Y. (2025). The Localization Strategy of Costa Coffee in the Chinese Market and Its Impact on Consumer Choice Preference and Brand Loyalty. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/2025.19699>
- Peluso, M. (2023). Navigating the Coffee Business Landscape: Challenges and Adaptation Strategies in a Changing World. *ICC 2023*. <https://doi.org/10.3390/icc2023-14825>
- Plekhanov, D., Franke, H., & Netland, T. (2022). Digital transformation: A review and research agenda. *European Management Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.09.007>
- Rao, S., P, P., & S, S. (2024). Role of Artificial Intelligence in Workforce Management: An Overview of its Benefits. *International Journal For Multidisciplinary Research*. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i02.17891>
- Rozak, H., Adhiatma, A., Fachrunnisa, O., & Rahayu, T. (2021). Social Media Engagement, Organizational Agility and Digitalization Strategic Plan to Improve SMEs' Performance. *IEEE Transactions on Engineering Management, PP*, 1–10. <https://doi.org/10.1109/TEM.2021.3085977>
- Rui, W. Z. G. (2024). Design and Application of Intelligent Scheduling System Based on Business and Labor Forecasting. *International Journal of Science and Research (IJSR)*. <https://doi.org/10.21275/sr24312143206>
- Smirnov, D., & Huchzermeier, A. (2020). Analytics for labor planning in systems with load-dependent service times. *Eur. J. Oper. Res.*, 287, 668–681. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2020.04.036>
- Smith, J. (2018). Coffee Landscapes: Specialty Coffee, Terroir, and Traceability in Costa Rica. *Culture, Agriculture, Food and Environment*, 40, 36–44. <https://doi.org/10.1111/cuag.12103>
- Snider, A., Gutierrez, I., Sibelet, N., & Faure, G. (2017). Small farmer cooperatives and voluntary coffee certifications: Rewarding progressive farmers of engendering widespread change in Costa Rica? *Food Policy*, 69, 231–242. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2017.04.009>

- Song, S., Shi, X., Song, G., & Huq, F. (2021). Linking digitalization and human capital to shape supply chain integration in omni-channel retailing. *Ind. Manag. Data Syst.*, *121*, 2298–2317. <https://doi.org/10.1108/imds-09-2020-0526>
- Thürriidl, C., Kamleitner, B., Ruzeviciute, R., Süssenbach, S., & Dickert, S. (2020). From happy consumption to possessive bonds: When positive affect increases psychological ownership for brands. *Journal of Business Research*, *107*, 89–103. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.019>
- Trenerry, B., Chng, S., Wang, Y., Suhaila, Z. S., Lim, S., Lu, H. Y., & Oh, P. H. (2021). Preparing Workplaces for Digital Transformation: An Integrative Review and Framework of Multi-Level Factors. *Frontiers in Psychology*, *12*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.620766>