



Perancangan Strategi Bisnis Cafe Pada UKM XYZ Menggunakan Analisis PESTLE, SWOT, dan IFE EFE

Naila Khairunnisa¹, Shofi Kirana Aryati², Nazwa Priditya³,
Alysha Dzahabiyya Aurora Riyadi⁴, Diah Pitaloka Saraswati⁵, Lindawati Kartika⁶
¹⁻⁶ IPB University

Jl. Raya Dramaga, Babakan, Kec. Dramaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16680

Korespondensi penulis: nailakhairunnisa@apps.ipb.ac.id

Abstract. *In the current era of rapidly developing globalization, rapid technological changes, shifting consumer preferences, and global market dynamics encourage Small and Medium Enterprises (SMEs) to adapt, innovate, and strategize intelligently. This article discusses a business strategy designed for SME XYZ, a company operating in the food and beverage sector, especially in the coffee shop industry which is growing rapidly in Indonesia. This research uses the PESTLE and SWOT approaches to analyze the internal and external conditions of UKM XYZ. The analysis results show that SME XYZ has internal strengths such as high-quality coffee, excellent service, and a competent management team, as well as external opportunities such as Gen Z lifestyle trends and online ordering. However, challenges such as high operational costs and inflation need to be addressed. Recommended strategies include strengthening branding, increasing operational efficiency, and presenting innovative menus. With the right strategy, SME XYZ has the potential to become a major player in the food and beverage industry.*

Keywords: *Balanced Scorecard, PESTLE, Strategic Management, SWOT.*

Abstrak. Pada era globalisasi yang berkembang pesat saat ini, perubahan teknologi yang cepat, pergeseran preferensi konsumen, dan dinamika pasar global mendorong Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk beradaptasi, berinovasi, dan berstrategi dengan cerdas. Artikel ini membahas strategi bisnis yang dirancang untuk UKM XYZ, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang food and beverage, khususnya dalam industri kedai kopi yang sedang berkembang pesat di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan PESTLE dan SWOT untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal UKM XYZ. Hasil analisis menunjukkan bahwa UKM XYZ memiliki kekuatan internal seperti kopi berkualitas tinggi, pelayanan prima, dan tim manajemen yang kompeten, serta peluang eksternal seperti tren gaya hidup Gen Z dan pemesanan online. Namun, tantangan seperti biaya operasional tinggi dan inflasi perlu diatasi. Strategi yang direkomendasikan meliputi memperkuat branding, meningkatkan efisiensi operasional, dan menghadirkan menu inovatif. Dengan strategi yang tepat, UKM XYZ berpotensi menjadi pemain utama di industri makanan dan minuman.

Kata kunci: Balanced Scorecard, Manajemen Strategi, PESTLE, SWOT.

LATAR BELAKANG

Di era globalisasi yang berkembang pesat saat ini, dunia bisnis bergerak dengan kecepatan yang luar biasa. Perubahan teknologi yang cepat, pergeseran preferensi konsumen, dan dinamika pasar global yang kompleks mendorong para pebisnis, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM), untuk terus beradaptasi, berinovasi, dan berstrategi dengan cerdas agar dapat bertahan dan berkembang (Friedman 2019). UKM, termasuk yang bergerak dalam bidang food and beverage, seperti UKM XYZ yang didirikan pada tahun 2021, menjadi sektor yang semakin penting dalam perekonomian global. Sebagai contoh, industri kedai kopi

di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan peningkatan jumlah gerai dari 1.000 pada tahun 2016 menjadi lebih dari 2.950 pada tahun 2019 (Agency 2020).

Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dan dinamika pasar yang berubah-ubah, UKM XYZ perlu melakukan analisis kondisi internal dan eksternal secara menyeluruh. Pendekatan seperti PESTLE (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, and Legal) dan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dapat membantu UKM ini merancang strategi yang tepat (Kotler *et al.* 2022). Selain itu, penerapan alat manajemen kinerja seperti Balance Scorecard (BSC) menjadi krusial bagi UKM XYZ. BSC membantu UKM untuk memantau dan mengevaluasi kinerja mereka secara detail. Namun demikian, masih ada potensi untuk meningkatkan penggunaan BSC agar dapat lebih efektif mengidentifikasi dan mengatasi kekurangan yang ada. Dalam konteks ini, penerapan strategi manajemen yang efektif dan penggunaan alat-alat manajemen kinerja yang tepat akan membantu UKM XYZ untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam pasar yang kompetitif saat ini. Dengan memahami kondisi pasar dan lingkungan bisnis secara mendalam, UKM XYZ dapat menyesuaikan produk dan layanan mereka sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta memanfaatkan peluang yang ada untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

KAJIAN TEORITIS

Manajemen Strategi

Manajemen strategik adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya. Menurut Wheelen dan Hunger, manajemen strategik "*involves the art and science of formulating, implementing, and evaluating cross-functional decisions*" (Wheelen & Hunger, 2020). Dalam era globalisasi ini, manajemen strategik menjadi krusial bagi organisasi untuk dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang cepat.

Balance Scorecard

Balance Scorecard (BSC) adalah kerangka kerja manajemen kinerja yang digunakan untuk mengukur dan meningkatkan kinerja organisasi dari berbagai perspektif yang penting. Kaplan dan Norton menjelaskan bahwa BSC "*translates an organization's mission and strategy into a comprehensive set of performance measures*" (Kaplan dan Norton 2019). BSC membantu organisasi untuk memperbaiki keseimbangan antara aspek keuangan dan non-keuangan dalam meraih tujuan strategis.

SWOT

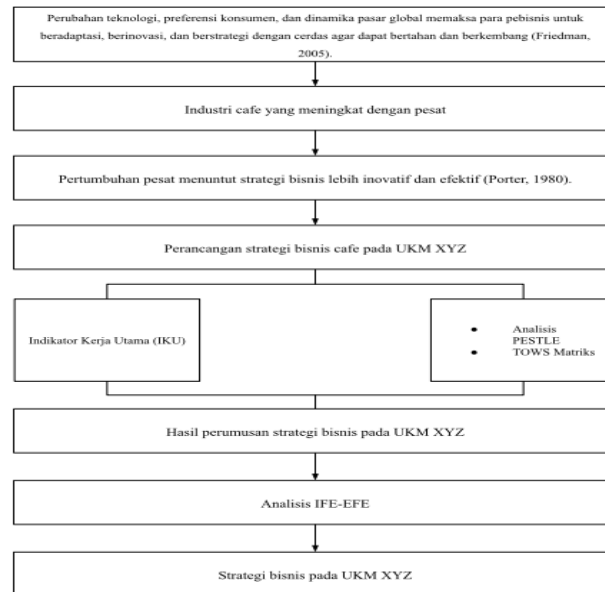
Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk menganalisis kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dari sebuah organisasi atau proyek. Menurut Kotler, SWOT analysis "*helps managers identify and assess their firm's strengths and weaknesses*" (Kotler *et al.* 2022). Analisis ini membantu organisasi untuk memahami posisi mereka di pasar dan merancang strategi yang sesuai.

PESTLE

PESTLE adalah kerangka analisis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi sebuah organisasi dari segi politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum. Menurut Hill dan Jones, PESTLE analysis "*examines the external macro environment in which a firm operates*" (Hill dan Jones 2019). Analisis ini membantu organisasi untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi strategi bisnis mereka.

Kerangka Penelitian

Dalam menghadapi dinamika bisnis yang semakin kompleks, UKM XYZ memerlukan kerangka pemikiran yang kokoh dan komprehensif untuk dapat bersaing dan berkembang secara berkelanjutan. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah analisis PESTLE dan TOWS matriks, yang memungkinkan evaluasi menyeluruh terhadap faktor-faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi operasional bisnis. Analisis PESTLE relevan dengan regulasi terbaru, termasuk Undang-Undang Cipta Kerja. UU Cipta Kerja sendiri bertujuan untuk menciptakan lapangan kerja yang lebih luas dan meningkatkan daya saing investasi, memberikan kerangka hukum yang baru bagi UKM dalam beroperasi dan berkembang. Dengan mengintegrasikan analisis ini dalam strategi bisnis, UKM XYZ dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman secara lebih efektif, serta merumuskan langkah-langkah strategis yang tanggap terhadap perubahan lingkungan bisnis.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dalam periode Januari hingga Juni 2024 pada UKM XYZ yang berlokasi di Jl. Kol. Ahmad Syam, Tanah Baru, Kota Bogor, Jawa Barat. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari kuesioner pada *store manager* untuk mendapatkan informasi mengenai strategi objektif di UKM XYZ. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur yang berupa buku, jurnal terdahulu, dsb.

Pada studi ini, data primer diolah dengan menggunakan *Google Spreadsheets* untuk mempermudah peneliti dalam memahami informasi tersebut. Data tersebut diolah dengan metode PESTLE yang membantu memahami lingkungan eksternal yang mempengaruhi bisnis. Setelah menemukan peluang dan ancaman, dilakukan analisis SWOT dengan fokus faktor eksternal pada TOWS Matriks. Kemudian melakukan analisis IFE-EFE. Proses analisis tersebut dilakukan untuk dapat menemukan strategi bisnis yang tepat pada UKM XYZ.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum UKM XYZ

UKM XYZ merupakan sebuah usaha berskala menengah yang berfokus pada bidang makanan dan minuman. Usaha ini tidak hanya terkenal karena kopi nikmat yang disajikan, tetapi juga karena ruangnya yang dirancang secara nyaman untuk berbagai jenis pertemuan. Menawarkan suasana yang nyaman dan modern, UKM XYZ berkomitmen untuk memberikan pengalaman yang lebih dari sekedar menikmati secangkir kopi. Selain kopi, UKM XYZ juga

menyediakan beragam menu utama yang menggugah selera dan makanan penutup. Saat ini, UKM XYZ memiliki satu cabang yang sudah beroperasi dengan baik dan mendapatkan respon positif dari pelanggan. Dengan dedikasi pada kualitas dan kepuasan pelanggan, UKM XYZ berupaya untuk menjadi pilihan utama dalam industri makanan dan minuman, memberikan kontribusi positif bagi komunitas dan pasar yang dilayaninya

Analisis PESTLE

Metode PESTLE merupakan alat analisis strategies yang digunakan untuk menilai lingkungan eksternal dari suatu bisnis atau organisasi dengan mengidentifikasi faktor-faktor makroekonomi yang dapat mempengaruhi kinerjanya. Pestle merupakan akronim dari dari *Political* (politik), *Economic* (ekonomi), *Social* (sosial), *Technological* (teknologi), *Legal* (hukum), dan *Environmental* (lingkungan). Hasil analisis PESTLE, dimana berbagai faktor eksternal telah diidentifikasi dan dianalisis berdasarkan dampaknya terhadap bisnis.

Penelitian ini menganalisis strategis PESTLE pada UKM XYZ. Dalam kategori *Political* (Politik), kebijakan pemerintah terkait kesehatan dan keselamatan menunjukkan dampak positif yang tinggi. Sedangkan peraturan terkait izin usaha, pajak dan regulasi yang ketat menunjukkan dampak negatif yang tinggi karena meningkatnya biaya operasional. *Economic* (Ekonomi) mencakup pertumbuhan ekonomi yang pesat menunjukkan dampak positif yang menengah, karena meningkatnya daya beli konsumen. Sedangkan inflasi yang tinggi menunjukkan dampak negatif yang tinggi, karena juga dapat meningkatkan biaya bahan baku dan operasional. Di aspek *Social* (Sosial), perubahan gaya hidup Gen Z dan kesadaran konsumen terhadap lingkungan sangat berpengaruh, mendorong bisnis untuk lebih inovatif dan ramah lingkungan keduanya menunjukkan dampak positif dan negatif yang menengah..

Selanjutnya, dalam kategori *Technological* (Teknologi), penggunaan teknologi untuk pemesanan online dan pengiriman menunjukkan dampak positif yang tinggi, karena dapat memperluas jangkauan pasar kafe. Sedangkan implementasi teknologi yang membutuhkan investasi awal menunjukkan dampak negatif yang menengah . *Legal* (Hukum) mencakup kebijakan hukum perlindungan konsumen yang memiliki dampak negatif yang tinggi. sedangkan regulasi ketenagakerjaan menunjukkan dampak negatif yang menengah, karena perlu dipatuhi. Terakhir, di aspek *Environmental* (Lingkungan), kesadaran konsumen terhadap bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan dapat meningkatkan citra kafe, meskipun seringkali bahan dan proses yang ramah lingkungan lebih mahal.

Analisis PESTLE ini membantu UKM XYZ dalam mengidentifikasi dan memahami berbagai faktor eksternal yang dapat mempengaruhi operasional dan strategi bisnis mereka.

Memahami konteks politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum, dan lingkungan membantu UKM XYZ dalam mengambil keputusan yang lebih informasional dan strategis, memastikan adaptasi yang tepat terhadap perubahan lingkungan bisnis dan memaksimalkan peluang untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan singkatan dari bagian internal organisasi yaitu *strength* (keunggulan) dan *weakness* (kelemahan) dan bagian eksternal organisasi yaitu *opportunity* (peluang) dan *threats* (ancaman). Menurut Jayati *et al.* (2021) kekuatan adalah faktor yang memberikan kontribusi terhadap kemampuan organisasi untuk mencapai tujuannya dengan segala kelebihan dan kemampuannya untuk mempertahankan posisinya, kelemahan adalah faktor yang menghambat kemampuan organisasi untuk melakukan sesuatu yang tidak dapat dilakukan ketika pesaing mampu mencapai tujuan, peluang merupakan faktor yang dapat dimanfaatkan oleh suatu organisasi karena merupakan hal yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuannya, sedangkan ancaman adalah segala jenis ancaman yang dihadapi organisasi. Dalam hal ini analisis eksternal organisasi yaitu *strength* dan *weakness* diperoleh menggunakan analisis PESTLE, dimana faktor dengan dampak positif tinggi bagi UKM XYZ akan ditentukan sebagai *opportunity* sedangkan faktor dengan dampak negatif tinggi bagi UKM XYZ akan ditentukan sebagai *threats*. Kendati demikian, dampak dengan kategori sedang dapat dipertimbangkan untuk digunakan dalam analisis SWOT. Faktor *strengths* dan *weaknesses* diperoleh melalui analisis mendalam terhadap pencapaian UKM XYZ dan seberapa besar dampak dari suatu faktor terhadap UKM XYZ baik dampak positif akan dikategorikan sebagai *strengths* sedangkan dampak negatif akan dikategorikan sebagai *weaknesses*.

Melalui analisis mendalam didapatkan bahwa faktor internal yang menjadi kekuatan mendalam bagi UKM XYZ adalah menyediakan kopi berkualitas tinggi, menawarkan makanan dan minuman yang beragam, pelayanan cepat, ramah dan profesional, memiliki citra positif dimata konsumen, berbeda dari cafe biasanya dengan mengusung konsep sebagai tempat berkumpul, berkolaborasi, dan beraktivitas, menyediakan ruang serbaguna, margin yang dihasilkan UKM XYZ sangat baik, memiliki jumlah karyawan yang cukup, memanfaatkan teknologi dalam sistem operasi bisnis yaitu berupa barcode untuk memesan sehingga memudahkan pelanggan, menyediakan berbagai alat pembayaran, memiliki tim manajemen dengan proporsi yang pas dan mumpuni di bidangnya, set sumberdaya fisik berupa teknologi yang memadai, dan jam buka yang panjang. Sedangkan faktor yang menjadi kelemahan bagi

UKM XYZ adalah biaya operasional yang tinggi khususnya maintenance kolam renang, selain itu pelayanan ramah dan profesional memerlukan staf yang terlatih dimana pengelolaan dan pelatihan staf membutuhkan waktu dan sumber daya, kemudian parkir mobil terbatas, harga produk terbilang mahal, lokasi yang kurang strategis karena berada di gang dan keterbatasan stop kontak.

Faktor eksternalnya sendiri yang menjadi peluang bagi UKM XYZ adalah kebijakan pemerintah terhadap kesehatan dan keselamatan (Standard Operating Procedure), penggunaan teknologi untuk pemesanan online dan pengiriman yang bisa memperluas jangkauan pasar UKM XYZ, kebijakan hukum perlindungan konsumen, dan perubahan gaya hidup gen z. Sedangkan faktor yang menjadi ancaman bagi UKM XYZ diantaranya adalah peraturan yang ketat terkait izin usaha, pajak, dan regulasi kesehatan yang dapat meningkatkan biaya operasional, situasi dimana inflasi tinggi dapat meningkatkan biaya bahan baku dan operasional, perubahan tren dan preferensi konsumen yang cepat dapat membuat UKM XYZ harus terus-menerus berinovasi dan beradaptasi yang mana memerlukan biaya tambahan.

Melalui analisis SWOT tersebut telah dirumuskan strategi yang tepat untuk membantu UKM XYZ mengembangkan usahanya dengan mempertimbangkan faktor yang ada, yang dapat dilihat pada tabel (1).

Tabel 1 Analisis Strategi UKM XYZ Menggunakan Matriks SWOT

	Strength (S)	Weakness (W)
Opportunity (O)	<p><u>Strategi SO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Menggunakan teknologi barcode dan berbagai alat pembayaran untuk memperluas jangkauan pasar melalui pemesanan online dan pengiriman. Mempromosikan cafe sebagai tempat berkumpul, berkolaborasi, dan beraktivitas dengan memanfaatkan media sosial dan teknologi pemasaran digital yang sesuai dengan gaya hidup Gen Z untuk menarik lebih banyak pelanggan. Menerapkan kebijakan pemerintah terhadap kesehatan dan keselamatan (SOP) untuk memastikan kafe selalu memenuhi standar tinggi dalam operasional. Memanfaatkan citra positif dan kualitas kopi untuk menarik pelanggan baru melalui kebijakan pemerintah. Meningkatkan margin keuntungan dengan menawarkan produk baru yang inovatif dan menarik. 	<p><u>Strategi WO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Menggunakan kebijakan pemerintah terhadap kesehatan dan keselamatan untuk mengadakan pelatihan staf yang sesuai standar, meningkatkan kualitas pelayanan tanpa menambah beban biaya secara signifikan. Implementasi teknologi untuk pemesanan online dapat mengurangi beban parkir serta memberikan opsi baru bagi pelanggan untuk memesan dari rumah. Menggunakan kebijakan pemerintah yang mendukung untuk menambah fasilitas seperti stop kontak yang lebih banyak, menarik lebih banyak pelanggan yang membutuhkan tempat untuk bekerja atau belajar Menjaga kepuasan pelanggan dengan memanfaatkan kebijakan hukum perlindungan konsumen untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan
Threat (T)	<p><u>Strategi ST</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Memperkuat branding dan citra positif UKM XYZ untuk meningkatkan daya tahan terhadap peraturan dan perubahan tren. Meningkatkan efisiensi operasional untuk menekan biaya dan meningkatkan profitabilitas. Menawarkan menu baru yang inovatif dan mengikuti tren untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Diversifikasi alat pembayaran untuk mengurangi dampak inflasi sehingga dapat menarik pelanggan yang lebih luas dan mengurangi risiko dari inflasi yang tinggi. Memanfaatkan ruang serbaguna untuk mengadakan acara komunitas atau bisnis untuk mengimbangi biaya operasional. 	<p><u>Strategi WT</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Melakukan audit dan optimalisasi biaya operasional untuk menekan biaya tinggi Menyusun strategi harga yang lebih kompetitif sambil tetap memberikan nilai tambah kepada pelanggan untuk mengatasi persepsi harga mahal serta menambah stop kontak untuk menarik pelanggan tetap. Meningkatkan kualitas pelayanan dan pelatihan staf untuk meminimalisir ulasan negatif dan meningkatkan daya tahan terhadap perubahan peraturan. Fokus pada pelatihan staf untuk memberikan pengalaman pelanggan yang luar biasa sehingga pelanggan tetap loyal meskipun ada perubahan tren. Mencari solusi parkir alternatif seperti kerjasama dengan gedung atau lahan parkir sekitar untuk mengatasi keterbatasan parkir mobil.

Matriks IFE dan EFE

Analisis strategis dalam bisnis menggunakan alat dan kerangka kerja, termasuk Indeks Faktor Eksternal (IFE) dan Indeks Faktor Internal (EFE), untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi. Dalam artikel ini, kami akan membahas perhitungan IFE dan EFE, langkah-langkah kritis dalam proses analisis strategis. Perhitungan IFE memberikan pemahaman mendalam tentang kekuatan dan

kelemahan dari perspektif eksternal, sementara EFE memberikan gambaran tentang respons organisasi terhadap faktor-faktor eksternal.

Tabel 2 Matriks Kondisi Internal UKM XYZ

Cluster	Kode	Faktor Strategis	Bobot	Nilai	Skor Bobot
Peluang (O)	O1	Kebijakan Pemerintah terhadap Kesehatan dan keselamatan (Standard Operating Procedure)	0,16	5,00	0,78
	O2	Penggunaan teknologi untuk pemesanan online dan pengiriman bisa memperluas jangkauan pasar cafe.	0,16	5,00	0,78
	O3	Kebijakan Hukum perlindungan konsumen.	0,09	3,00	0,28
	O4	Perubahan gaya hidup gen z.	0,16	5,00	0,78
Ancaman (T)	T1	Peraturan yang ketat terkait izin usaha, pajak, dan regulasi kesehatan dapat meningkatkan biaya operasional.	0,13	4,00	0,50
	T2	Inflasi tinggi dapat meningkatkan biaya bahan baku dan operasional	0,16	5,00	0,78
	T3	Perubahan tren dan preferensi konsumen yang cepat dapat membuat cafe harus terus-menerus berinovasi dan beradaptasi, yang memerlukan biaya tambahan	0,16	5,00	0,78
Total Bobot Eksternal					4,69

Tabel 3 Matriks Kondisi Eksternal UKM XYZ

Cluster	Kode	Faktor Strategis	Bobot	Nilai	Skor Bobot
Kekuatan (S)	S1	Kopi Berkualitas tinggi	0,06	5,00	0,31
	S2	Makanan dan minuman yang beragam	0,06	5,00	0,31
	S3	Pelayanan cepat, ramah, dan profesional	0,06	5,00	0,31
	S4	Memiliki citra positif dimata konsumen	0,06	5,00	0,31
	S5	Berbeda dari cafe biasanya dengan mengusung konsep sebagai tempat berkumpul, berkolaborasi, dan beraktivitas	0,05	4,00	0,20
	S6	Menyediakan ruang serbaguna	0,04	3,00	0,11
	S7	Margin yang dihasilkan sangat baik	0,06	5,00	0,31
	S8	Memiliki jumlah karyawan yang cukup	0,06	5,00	0,31
	S9	Memanfaatkan teknologi dalam sistem operasi bisnis yaitu berupa <i>barcode</i> untuk memesan sehingga memudahkan pelanggan	0,05	4,00	0,20
	S10	Menyediakan berbagai alat pembayaran	0,06	5,00	0,31
	S11	Memiliki tim manajemen dengan proporsi yang pas dan mumpuni di bidangnya	0,06	5,00	0,31
	S12	Aset sumberdaya fisik berupa teknologi yang memadai	0,06	5,00	0,31
	S13	Jam beroperasi yang panjang	0,05	4,00	0,20
Kelemahan (W)	W1	Biaya Operasional yang tinggi khususnya <i>maintenance</i> kolam renang	0,05	4,00	0,20
	W2	pelayanan ramah dan profesional memerlukan staf yang terlatih, pengelolaan dan pelatihan staf membutuhkan waktu dan sumber daya	0,06	5,00	0,31
	W3	Parkiran mobil terbatas	0,05	4,00	0,20
	W4	Harga produk terbilang mahal	0,04	3,00	0,11
	W5	Lokasi yang kurang strategis karena berada di gang	0,05	4,00	0,20
	W6	Keterbatasan stop kontak	0,04	3,00	0,11
Total Bobot Internal					4,55

Setelah menghitung kedua bobot internal dan eksternal, didapatkan dari kedua perhitungan tersebut skor IFE dan EFE sebesar 4,55 dan 4.69.

Tabel 4 Matriks IFE-EFE

Matriks IFE-EFE				
	Matriks IFE-EFE	Kuat (3,65 - 5,00)	Rata-Rata (2,32 - 3,65)	Lemah (1,00 - 2,32)
Total Skor Bobot EFE	Tinggi (3,65 - 5,00)	I (UKM XYZ)	II	III
	Sedang (2,32 - 3,65)	IV	V	VI
	Rendah (1,00 - 2,32)	VII	VIII	IX

Dari perhitungan faktor internal dan eksternal yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa UKM XYZ menempati matriks 1 atau berada pada tingkat *grow and build* yang berarti UKM XYZ memiliki kekuatan internal dan dapat melihat peluang eksternal yang signifikan. Pada tingkatan ini, UKM XYZ perlu fokus pada pertumbuhan dan ekspansi pasar untuk memanfaatkan peluang semaksimal mungkin.

Analisis Key Performance Indicator (KPI) dan Balanced Scorecard (BSC)

Kinerja dari suatu organisasi dapat diukur dari aspek finansial dan nonfinansial. Untuk melakukan pengukuran yang mampu mencapai keseimbangan antara kedua aspek tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan *Balanced Scorecard* (BSC). Pada penelitian ini, analisis menggunakan metode *Balanced Scorecard* (BSC) dilakukan untuk mengevaluasi pencapaian target kinerja UKM XYZ. Metode ini mengacu pada empat perspektif utama, yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran serta pertumbuhan. Keempat perspektif utama tersebut dijabarkan menjadi beberapa Indikator Kinerja Utama (IKU), yang kemudian dievaluasi untuk menilai tingkat keberhasilan UKM XYZ. Penilaian dilakukan dengan membandingkan target yang telah ditetapkan dengan kinerja aktual, dan hasilnya diklasifikasikan ke dalam empat kategori yang antara lain: rendah (<60%), cukup (60%-80%), baik (80,01%-95%), dan sangat baik (>95%).

Tabel 5 *Balanced Scorecard (BSC) UKM XYZ*

No.	IKU	Target	Aktual	Indeks Kinerja KPI
		2024	2024	2024
1	Meningkatkan laba bersih 25% per tahun	25	25	100.00%
2	Menurunkan biaya operasional 6.25% per tahun	6	6	100.00%
3	Meningkatkan pendapatan Rp1,5 M per bulan	1.5	1	66.67%
4	Mempertahankan indeks CSAT setiap bulannya	90	90	100.00%
5	Melakukan peningkatan visitors pada sosial media sebanyak 50% per tahun	51	50	98.04%
6	Meningkatkan jumlah nilai pembelian per pelanggan sebanyak Rp125.000 setiap pembelian pada setiap bulannya	100000	100000	100.00%
7	Mempertahankan produk cacat perbulan kurang dari 5 produk per bulan	8	8	100.00%
8	Mengeluarkan produk baru sebanyak 2 pcs per tahun	2	2	100.00%
9	Melakukan kinerja proses bisnis dengan standarisasi sistem dan prosedur yang terstruktur kepada pelanggan selama kurang lebih sama dengan 15 menit	15	15	100.00%
10	Meningkatkan persentase brand equity sebesar 20% per tahun	20	20	100.00%
11	Melaksanakan pelatihan karyawan sesuai dengan level fungsional lebih dari 10 jam per tahun	10	10	100.00%
12	Meningkatkan persentase indeks kepuasan karyawan minimal lebih dari 10% per tahun	12	10	83.33%
13	Mencapai persentase indeks keterlibatan karyawan di atas 15% per tahun	16	15	93.75%
14	Mencapai nilai rasio turn over karyawan kurang dari 10% per tahun	10	10	100.00%

Dari 14 indikator kinerja utama yang telah ditentukan, hanya satu IKU dari UKM XYZ yang bernilai cukup dengan pencapaian sebesar 66.67% yaitu pada IKU meningkatkan pendapatan Rp1,5 M per bulan. Lalu terdapat dua IKU bernilai baik dengan pencapaian 88.33% dan 93.75% yaitu pada IKU meningkatkan persentase indeks kepuasan karyawan minimal lebih dari 10% per tahun dan mencapai persentase indeks keterlibatan karyawan di atas 15% per tahun. 13 IKU yang tersisa berhasil mencapai kriteria sangat baik dengan pencapaian nilai 98.04% hingga 100%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis terhadap UKM XYZ dengan menggunakan metode PESTLE, SWOT, dan Matriks IFE EFE dapat disimpulkan bahwa UKM XYZ memiliki potensi besar untuk berkembang dan bersaing di industri makanan dan minuman. Hal ini didukung oleh kekuatan internal seperti kopi berkualitas tinggi, pelayanan prima dan tim manajemen yang kompeten. Peluang eksternal seperti tren gaya hidup Gen Z dan pemesanan online juga mendukung pertumbuhan ini. Namun, tantangan seperti biaya operasional tinggi, inflasi dan perubahan tren perlu diatasi. Strategi yang diperlukan meliputi memperkuat branding, meningkatkan efisiensi operasional, dan menghadirkan menu inovatif. Analisis IFE-EFE

menunjukkan posisi kuat UKM XYZ dengan skor masing-masing 4,55 dan 4,69. Sementara Balanced Scorecard menunjukkan kinerja baik dalam kepuasan pelanggan dan karyawan, meski aspek pendapatan dan indeks CSAT perlu ditingkatkan. Secara keseluruhan, dengan strategi yang tepat, UKM XYZ memiliki potensi besar untuk menjadi pemain utama di industri makanan dan minuman dan mencapai tujuan sebagai UKM yang disukai banyak orang.

Berdasarkan pada perhitungan IFE dan EFE UKM XYZ berada pada kondisi *grow and build* maka dari itu penulis menyarankan kepada UKM XYZ untuk menggunakan strategi SO dalam strategi bisnisnya. Untuk penelitian mendatang, direkomendasikan untuk lebih memperdalam analisis kompetitor dan mempertimbangkan penelitian tentang preferensi konsumen lebih mendalam untuk mendukung pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, penting untuk mengevaluasi kembali kebijakan dan strategi yang diusulkan secara periodik untuk memastikan relevansi dan efektivitas dalam menghadapi perubahan pasar dan regulasi yang terus berubah.

DAFTAR REFERENSI

- Arfadia Agency. (2020, November 12). Toffin Indonesia merilis riset "2020 brewing in Indonesia." Toffin Insight. <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-ri-set-2020-brewing-in-indonesia/>
- Friedman, T. L. (2019). *The world is flat 3.0: A brief history of the twenty-first century* (3rd ed.). Farrar, Straus and Giroux.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2019). *Strategic management: An integrated approach* (10th ed.). Cengage Learning.
- Jayati, A., Melyana, D. A., Zein, P. Y., Jihan, P. R., & Sari, D. P. P. (2021). Penerapan analisis SWOT pada Wilton Cafe & Resto. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3127-3121.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2019). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business School Press.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.; Global ed.). Pearson Education.