

DESAIN FORMULASI STRATEGI BISNIS BERBASIS MATRIKS SWOT DAN IFAS-EFAS PADA CAFÉ SEJATI COFFEE AND SPACE SUBANG

Mutqi Sopiawadi^{1*}, Tigin Lugiani²

¹*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja, Subang, mutqi@stiesa.ac.id*

²*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja, Subang, tigin@stiesa.ac.id*

Email Korespondensi: mutqi@stiesa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menghasilkan desain perencanaan strategik bisnis, yang dapat direalisasikan oleh café sejati *coffee and space* Subang, menggunakan metode analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). metode penelitian ini menggunakan Jenis deskriptif kualitatif dengan analisis strategi menggunakan matriks IFAS dan EFAS, matriks IE, matriks SWOT, Hasil penelitian menunjukkan bahwa café sejati coffee subang, ada berada di posisi yang cukup kuat dalam mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki dan mampu mengatasi ancaman dan kelemahan dengan nilai IFE 342.75 dan nilai dari EFE sebesar 272. Dalam analisis matriks IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa café sejati coffee and space menggunakan strategi pertumbuhan cel 1, strategi yang berorientasi meningkatkan pertumbuhan pasar, dengan memperkuat branding dan diferensiasi dan peningkatan kualitas pelayanan pelanggan, diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan jumlah pelanggan di subang, analisis matriks SWOT menghasilkan lima belas strategi alternatif yang dapat diterapkan, strategi yang sebaiknya diprioritaskan oleh café sejati coffee and space Subang dengan adanya memperkuat branding dan peningkatan kualitas pelayanan operasional, yang diharapkan terjadi pertumbuhan pasar di subang.

Kata kunci: Manajemen Strategi, Matriks SWOT, Matriks IFAS, EFAS, UMKM

ABSTRACT

This research aims to produce a business strategic planning design, which can be realised by café Sejati Coffee and Space Subang, using the SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). This research method uses a qualitative descriptive type with strategic analysis using the IFAS and EFAS matrix, IE matrix, and SWOT matrix, The results showed that the café Sejati Coffee Subang is in a strong enough position to optimise its strengths and opportunities and can overcome threats and weaknesses with an IFE value of 342.75 and an EFE value of 272. The IFAS and EFAS matrix analysis shows that café Sejati Coffee and Space uses cel 1 growth strategy, a strategy oriented towards increasing market growth, by strengthening branding and differentiation and improving the quality of customer service, it is hoped that it can increase the growth in the number of customers in Subang, SWOT matrix analysis results in fifteen alternative strategies that can be applied, strategies that should be prioritised by café Sejati coffee and space Subang by strengthening branding and improving the quality of operational services, which is expected to occur market growth in Subang.

Keywords: Strategy Management, SWOT Matrix, IFAS, EFAS Matrix, MSMEs

PENDAHULUAN

Di Indonesia sendiri, *coffee shop* telah berkembang menjadi tempat bisnis yang menjanjikan; banyak gerai kopi telah muncul di berbagai kota besar dan kota kecil, meskipun tetap memiliki standar dan pasar yang berbeda.(Aryani et al., 2022). Bisnis *coffee shop* (kedai kopi) di Indonesia terus mengalami pertumbuhan di berbagai tempat, mulai dari pelosok desa hingga perkotaan yang saat ini sudah mencapai 10.000 kedai kopi dan diprediksi masih akan terus tumbuh hingga tahun 2020 dengan total pendapatan dari sektor usaha bisnis kedai kopi mencapai 4,16 miliar setiap tahun menurut Putra dalam(Murtapiah & Wahdiniwaty, 2018)

Bisnis kedai kopi (coffeshop) di Daerah Subang tercatat sudah mencapai 1.000 lebih kedai kopi (www.bps.go.id). Dari sekian banyak usaha kedai kopi di Subang membuat pemilik kedai kopi saling bersaing untuk merebut pasar. Hal ini ditandai dengan banyaknya kedai kopi di setiap jalan kota Subang yang masing-masing menawarkan berbagai menu minuman terutama kopi. Dengan semakin banyaknya usaha kedai kopi, maka tingkat persaingan bisnis kedai kopi di Subang semakin tinggi sehingga diperlukan strategi yang terencana agar dapat menarik perhatian calon konsumen dan memenangkan pasar.

Lingkungan bisnis saat ini menjadi semakin kompleks, rumit, dan kompetitif. Kondisi ini menyebabkan perubahan besar dalam hal persaingan, pengelolaan sumber daya manusia, produksi, pemasaran, dan penanganan transaksi antara bisnis dan perusahaan lain. Persaingan yang bersifat global dan tajam menyebabkan terjadinya pengurangan laba yang diperoleh UMKM yang berfokus pada pengembangan *coffee shop*, menurut (Ike dan Syarif, 2019), Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada umumnya, seperti permasalahan dalam Pemasaran, permodalan, produksi dan sumber daya manusia. Dalam upaya meningkatkan usaha yang sudah ada dan mengatasi permasalahan yang lebih spesifik pada usaha *coffee shop*, maka perlu diketahui strategi yang tepat dan sesuai dengan kondisi wilayah dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal yang ada.

Dalam (Qanita, 2020)Pilihan strategi yang tepat sangat penting untuk bisnis yang berubah sesuai dengan lingkungannya. Tidak ada strategi yang cocok untuk setiap lingkungan bisnis, jadi sebelum membuat strategi, harus menganalisis lingkungan bisnis secara internal dan eksternal. Analisis strategi membantu manajemen membuat keputusan bisnis, terutama dalam menghadapi persaingan.

Kedai kopi yang ada di Subang yaitu *Sejati Coffee and Space* yang baru berjalan kurang lebih satu tahun. Namun, tempat ini cukup ramai didatangi oleh anak muda dan dewasa untuk sekedar melakukan aktivitas seperti meeting dan ngopi santai. Awal mula didirikannya *Sejati Coffe*, dimana yang melatarbelakangi bisnis *Sejati Coffe* karena keduanya memiliki ketertarikan yang sama pada kopi sehingga keduanya dapat mendirikan *Sejati Coffe and Space* di Subang pada 22 Januari 2022. Cita-cita jangka panjang dari *Sejati Coffe* ini adalah mengenalkan kepada masyarakat bahwa di Subang pun terdapat kopi yang enak dan tidak kalah dengan kota-kota lain. Selain itu, adanya misi untuk memiliki cabang baru di Tasik, karena owner memiliki investor disana. Untuk pengembangan strategi *Sejati Coffe and Space* di Subang kedepan ini perlu dikembangkan dengan melakukan tahapan Formulasi strategi yang diawali analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, and Threats) dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS yang merupakan faktor lingkungan internal dan eksternal *Sejati Coffe and Space* di Subang.

Dalam (Juliana et al., 2020) untuk menghadapi target pasar suatu produk akan selalu

memiliki selera yang berubah-ubah. Memahami preferensi pelanggan terhadap suatu produk sangatlah penting, karena jika gagal melakukannya, hal ini dapat menghambat atau bahkan membongkrutkan bisnis. Dengan menggunakan SWOT permasalahan dapat dianalisa, misalnya dari segi kekuatan dapat dilihat dari dukungan pemerintah yang kuat sehingga *Coffe Shop Sejati Coffe and Space* di Subang, dapat dikembangkan dan diperluas, dan dari segi kelemahan, dapat dilihat dari sisi kualitas produk atau harga menu yang dijual itu sendiri, apakah sudah konsisten atau belum. Peluang datang dari pertumbuhan penikmat kopi yang terus meningkat trennya, sehingga banyak peluang dalam keakukan inovasi dan defferensiasi, Yang terakhir adalah ancaman seberapa banyak pesaing kedai kopi yang beroperasi di subang yang menyasar segemntasi yang sama.

Menurut (Putra et al.,2014)Sebuah usaha tidak dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya selama beberapa waktu karena pesaing menirunya. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha untuk mempertahankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan terus mengubah kemampuan, kemampuan, dan sumber daya internal untuk mempertahankannya. Maka dengan menggunakan sistem perncanaan strategi yang baik, yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur seberapa baik kinerja UKM (Sopiawadi, 2022). Hasil rancangan pada formulasi strategi, menjadi dasar dalam merencanakan Implementasi strategi mencakup alokasi sumber daya, perencanaan program, sistem pelaksanaan, pemantauan, dan pengawasan untuk memastikan bahwa rencana strategi dilaksanakan dengan benar.(Sitorus, 2023).

Dalam upaya meningkatkan usaha yang sudah ada dan mengatasi permasalahan yang lebih spesifik pada usaha coffe shop, perlu diketahui strategi yang tepat dan sesuai dengan kondisi wilayah dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal yang ada. Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas, Fokus Penelitian dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis perusahaan adalah: 1) Melakukan proses pengamatan lingkungan bisnis yang dihadapi oleh *Coffe Shop Sejati Coffe and Space*, yang telah diamati semenjak awal beroperasi sebelumnya hingga kondisi terakhir, data yang didapat dari pengalaman dan data-data yang terkait, kemudian dilakukan proses analisis SWOT dan setiap kondisi yang menjadi indikator akan diberi penilaian dengan metode matrik IE. 2) Membuat Sebuah Rancangan Formulasi strategi bisnis, untuk menentukan visi, misi, tujuan strategi dan rencana strategi yang ditetapkan berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap lingkungan bisnis *Coffe Shop Sejati Coffe and Space*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Jenis penelitian Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan tanggapan mendalam dari peserta dan mengumpulkan informasi tambahan dari mereka. Akibatnya, penelitian ini, ketika dilakukan dengan cara yang tepat, memungkinkan penelitian yang kredibel dan juga teliti. Ada beberapa argumen bahwa penelitian ini terlalu subjektif karena melibatkan peneliti yang menanyai dan menyelidiki responden.(Ratten, 2022). Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana kondisi lingkungan Internal dan eksternal sejati *coffee and space* yang selama ini belum mempunyai sebuah formulasi rancangan rencana strategi bisnis secara total, sehingga dapat memberikan sebuah petunjuk dalam menjalankan perencanaan bisnis, sehingga oraganisasi dan personal dapat menjalani sebuah proses pembelajaran, pengembangan dan perbaikan ketika menjalankan perencanaan strategi bisnis umkm cafe.

Penelitian dilakukan di Sejati Coffee and space, dengan alasan karena Sejati *Coffee and space* merupakan cafe yang belum lama didirikan yaitu pada tahun 2022, namun cafe tersebut sudah banyak dikenal oleh kalangan anak muda dan mampu mengadakan acara besar seperti konser musik. Selain itu sejati coffee memiliki desain tempat yang khas untuk menarik pelanggan, maka dari itu penulis tertarik membuat sebuah perancangan formulasi dan implementasi strategi bisnis *coffee shop* untuk menghadapi kondisi persaingan dan lingkungan sekitar yang cukup mempengaruhi bisnis cafe.

Fokus penelitian lebih kepada menganalisis bagaimana kondisi internal dan eksternal Sejati Coffee. Menganalisis lingkungan internal dan eksternal berguna untuk memonitor masalah-masalah yang dapat mempengaruhi pariwisata di masa yang akan datang (*J. David Hunger, Thomas L. Wheelen.2011*). Peneliti melakukan observasi dan wawancara secara mendalam dengan pihak-pihak terkait yang akan menjadi responden, diantaranya adalah manajer operasional, yang akan menjadi subjek sasaran penelitian dengan cara melakukan proses observasi dan interview secara mendalam kepada mereka yang menjadi responden.

Lokasi penelitian yang diobservasi adalah Sejati *Coffe and Space* yang bertempat di Jl. Ukong Sutaatmaja No.10- 37, Karanganyar, Kecamatan Subang, Kabupaten Subang, Jawa Barat 41211.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Lingkungan Matriks SWOT dan IFAS-EFAS

Tabel 1. Matriks IFAS

Matriks Faktor Strategi Internal				
FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	Bobot	Rating	Bobot x Rating	
KEKUATAN :				
1	Memiliki menu kopi andalan yaitu manual brew	4	3	12
2	memiliki menu yang lebih beragam dibandingkan pesaing.	4	5	15
3	Harga ideal dengan kondisi pasar di Subang.	3,5	3	10,5
4	Harga terjangkau untuk kelas menengah	3	4	12
5	Beberapa konsumen melihat coffeshop yang lebih nyaman dan luas untuk berdiam di coffeshop selama berjam-jam.	4	4	16
6	Memiliki tempat yang instagrammable	4.5	2.5	11.25
7	Sejati Coffe memasang konten promosi dengan aktif pada media sosial instagram	4.5	4	18
8	Proses menyiapkan makanan yang tidak terlalu lama	3	4	12
9	Bahan baku yang digunakan diperbarui setiap hari	4	4	16
10	Memiliki ruang Indoor & Outdoor	2	4	8
11	Memiliki fasilitas wifi, ac	3	4	12
	Memiliki fasilitas permainan seperti ular tangga	4	4	16
12	Barista : Rata-rata semuanya dari sudah mempunyai skill dan pengalaman tentang job desk.	4	4	16

Matriks Faktor Strategi Internal				
	FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL	Bobot	Rating	Bobot x Rating
13	Memiliki karyawan yang ramah terhadap konsumen	3.5	4	14
14	Rata-rataa karyawan berumur muda kurang lebih 30 kebawah untuk manajer operasional, waiters, maupun barista.	3	4	12
15	Memiliki 7 karyawan yang loyal terhadap Coffeshop Sejati coffe & Space.	3	4	12
16	Struktur yang dibuat sejak awal dibuat cukup efisien dengan memperhatikan potensi setiap karyawan.	3	3	9
17	Melakukan rapat evaluasi, permingguan dengan karyawan	5	4	20
18	Adanya pembukuan atau akuntansi oleh owner	4	4	16
SUB-TOTAL		69		257,75
KELEMAHAN :				
1	Beberapa menu Khas ada yang sama dengan pesaing	3.5	1	3.5
2	Sarana promosi belum maksimal	3.5	1	3.5
3	Tidak punya mushola dan toilet belum dipisah	5	1	5
4	Belum punya ruang private meeting	2.5	4	10
5	Dapur : Tidak mempunyai pedidikan spesialis masak.	2.5	4	10
6	Rata-rata pendidikan terakhir SMA/SMK dan Sederajat.	2.5	4	10
7	Manajer Operasional merangkap dalam berbagai job desk.	3.5	4	14
8	Belum memiliki sistem perencanaan sumber daya manusia yang matang.	5	4	20
9	Omset yang berfluktuatif setiap bulannya	3	3	9
SUB-TOTAL		31		85
TOTAL		100		342.75

kondisi Internal yang dimasukkan dalam matrik IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary), *Sejati coffee and space* mempresentasikan kondisi Internal yang paling tinggi nilainya adalah dengan bobot 5,5 dan yang paling direspon dengan rating 4, kondisi Internal yang memiliki bobot 5,5 dan rating 4 ada 1 kondisi Internal, yang artinya kondisi Internal yang paling penting di perhatikan dan sangat baik untuk direspon yaitu berposisi pada kelemahan yaitu *sejati coffee and space* tidak mempunyai mushola dan toilet terpisah antar pria dan wanita. *Sejati coffee and space* memiliki pengunjung yang beragam dimulai dari mahasiswa, PNS, wiraswasta dan sebagainya. Mereka bisa menghabiskan waktu di *Sejati coffee and space* cukup lama sehingga adanya fasilitas pendukung dapat mempengaruhi kenyamanan konsumen. Maka poin diatas dapat menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan.

Tabel 2. Matrks EFAS
Matriks Faktor Strategi Eksternal

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL		Bobot	Rating	Bobot x Rating
PELUANG :				
1	Rata-rata setiap tahun inflasi Kabupaten Subang 0.58%.	7	2	14
2	Jumlah penduduk Kabupaten Subang 1.612.576 terbesar ke 15 di propinsi Jawa Barat dinamikannya setiap tahun terus meningkat.	5	1	5
3	PRDB Kabupaten Subang naik 3,20% pada tahun 2022	5	1	5
4	Kabupaten Subang merupakan wilayah industrial yang potensial.	7	3	21
5	Gaya hidup masyarakat subang yang menengah keatas	7	3	21
6	Memperluas outlet <i>coffee shop</i> dan membuka cabang baru	7	4	28
7	Terdapat 7 perguruan tinggi di Kabupaten Subang.	7	4	28
8	Sudah mengantongi izin beroperasi	7	4	28
9	Harga bahan baku lebih murah dari Bandung 5%	7	4	28
10	Sebagian <i>coffee shop</i> di subang belum menggunakan gofood dan sebagainya	6	2	12
11	Sudah menggunakan mesin kopi yang modern	6	2	12
SUB-TOTAL		71		202
ANCAMAN:				
1	Gaya hidup masyarakat yang senang menghabiskan waktu di kaki lima	7	2	14
2	Pasar di Subang belum lengkap	6	2	12
3	Terdapat <i>coffe shop</i> di daerah subang, yang menyajikan menu yang serupa	5	4	20
4	Borneo kopi Subang merupakan pemain lama di subang	6	4	24
SUB-TOTAL		29		70
TOTAL		100		272

kondisi eksternal yang dimasukkan dalam matrik EFAS (External Strategic Factors Analysis Summary), Sejati *coffee and space* mempresentasikan kondisi eksternal yang paling tinggi nilainya adalah dengan bobot 8 dan yang paling direspon dengan rating 4, kondisi eksternal yang memiliki bobot 8 dan rating 4 ada 3 kondisi eksternal, yang artinya kondisi eksternal yang penting di perhatikan dan sangat baik untuk direspon yaitu tentang untuk peluang no 6 dan 8, kemudian untuk ancaman no 3 :

1. Memperluas outlet *coffee shop* dan membuka cabang baru Sejati *coffe and space* sudah memiliki tempat yang cukup luas namun untuk bagian indoornya cukup untuk sekitar 14 orang, sedangkan beberapa tamu yang berkunjung sering bersama teman-temannya sehingga beberapa pengunjung harus duduk di area outdoor dan beresiko terkena panas serta hujan.
2. Sudah mengantongi izin beroperasi
3. Terdapat *coffe shop* di daerah subang, yang menyajikan menu yang serupa Saat ini cukup banyak *coffee shop* di subang dan beberapa diantaranya memiliki menu yang serupa

sehingga hal tersebut bisa menjadi perhatian sejati *coffee and space* agar mampu bersaing dengan *coffee shop* lainnya.

		IFAS		
		300	200	100
EFAS	300	I	II	III
	200	IV	V	VI
	100	VII	VII	IX

Gambar: 1. Hasil Analisis IE pada CoffeShop Sejati *Coffe and Space* Kabupaten Subang, Jawa Barat

Setelah ditentukan formulasi strategi Sejati coffee and space, selanjutnya melakukan analisis menggunakan dengan metode matrik IE, untuk menentukan strategi apa yang harus digunakan berdasarkan matrik IE ini, apakah pertumbuhan, stabilitas, penciutan dan liquiditas, program dibuat berdasarkan hasil analisis matrik IE. Dalam menentukan bobot rating dalam matrik IE, *coffee shop* menggambarkan dengan angka, untuk bobot di persentasikan total SW atau OT sampai 100, mempresentasikan harus berdasarkan mana yang paling penting mana yang tidak penting dari Sejati coffee and space, bila hal itu penting maka diberi nilai persentasi yang tertinggi.

Table 3. Matrix SWOT

Strenghts (S)	Bobot	Weaknesses (W)	Bobot
1. Memiliki menu kopi andalan yaitu manual brew	257,75	1. Beberapa menu Khas ada yang sama dengan pesaing	85
2. memiliki menu yang lebih beragam dibandingkan pesaing.		2. Sarana promosi belum maksimal	
3. Harga ideal dengan kondisi pasar di Subang.		3. Tidak punya mushola dan toilet belum dipisah	
4. Harga terjangkau untuk kelas menengah		4. Belum punya ruang private meeting	
5. Beberapa konsumen melihat coffeshop yang lebih nyaman dan luas untuk berdiam di coffeshop selama berjam-jam.		5. Dapur : Tidak mempunyai pedidikan spesialis masak.	
6. Memiliki tempat yang instagrammable		6. Rata-rata pendidikan terakhir SMA/SMK dan Sederajat.	
7. Sejati Coffe memasang konten promosi dengan aktif pada media sosial instagram		7. Manajer Operasional merangkap dalam berbagai job desk.	
8. Proses menyiapkan makanan yang tidak terlalu lama		8. Belum memiliki sistem perencanaan sumber daya manusia yang matang.	
9. Bahan baku yang digunakan diperbarui setiap hari		9. Omset yang berfluktuatif setiap bulannya	
10. Memiliki ruang Indoor & Outdoor			
11. Memiliki fasilitas wifi, ac			
12. Memiliki fasilitas permainan seperti ular tangga			
13. Barista : Rata-rata semuanya dari sudah mempunyai skill dan pengalaman tentang job desk.			
14. Memiliki karyawan yang ramah terhadap konsumen			
15. Rata-rataa karyawan berumur muda kurang lebih 30 kebawah untuk manajer operasional, waiters, maupun barista.			
16. Memiliki 7 karyawan yang loyal terhadap Coffeshop Sejati coffe & Space.			

Strenghts (S)	Bobot	Weaknesses (W)	Bobot
17. Struktur yang dibuat sejak awal dibuat cukup efisien dengan memperhatikan potensi setiap karyawan.			
18. Melakukan rapat evaluasi, permingguan dengan karyawan			
19. Adanya pembukuan atau akuntansi oleh owner			
Opportunities (O)	Bobot	Treaths (T)	Bobot
	202		70
1. Rata-rata setiap tahun inflasi Kabupaten Subang 0.58%.		1. Gaya hidup masyarakat yang senang menghabiskan waktu di kaki lima	
2. Jumlah penduduk Kabupaten Subang 1.612.576 terbesar ke 15 di propinsi Jawa Barat dinamikannya setiap tahun terus meningkat.		2. Pasar di Subang belum lengkap	
3. PRDB Kabupaten Subang naik 3,20% pada tahun 2022		3. Terdapat <i>coffe shop</i> di daerah subang, yang menyajikan menu yang serupa	
4. Kabupaten Subang merupakan wilayah industrial yang potensial.		4. Borneo kopi Subang merupakan pemain lama disubang	
5. Gaya hidup masyarakat subang yang menengah keatas			
6. Memperluas outlet <i>coffee shop</i> dan membuka cabang baru			
7. Terdapat 7 perguruan tinggi di Kabupaten Subang.			
8. Sudah mengantongi izin beroperasi			
9. Harga bahan baku lebih murah dari Bandung 5%			
10. Sebagian <i>coffee shop</i> di subang belum menggunakan gofood dan sebagainya Sudah menggunakan mesin kopi yang modern			
Strenghts - Opportunities (SO)			Bobot
SO 1. Melakukan inovasi menu yang memiliki deferensiasi (operasional)			459.75
SO 2. Melakukan promosi melalui media,selain instagram (marketing)			
SO 3. laba ditahan untuk membangun outlet baru (keuangan)			
SO 4. Melakukan pengembangan skill karyawan (sdm)			
Weaknesses - Opportunities (WO)			Bobot
WO 1. Melakukan pembangunan infrastruktur (operasional)			287
WO 2. Mengefektifkan promosi digital (marketing)			
WO 3. Membuat cadangan dana darurat untuk mengatasi (keuangan)			
WO 4. Membagi jobdesk sesuai keahlian (sdm)			
Strenghts - Treaths (ST)			Bobot
ST 1. Meningkatkan disiplin karyawan (sdm)			327.7
ST 2. Memperkuat branding menu andalan (marketing)			5
ST 3. Memaksimalkan keuangan dengan mendapatkan pemasok yang harganya lebih rendah (keuangan dan operasional)			
Weaknesses – Treaths (WT)			Bobot
WT 1. Meningkatkan citra rasa menu yang lebih diminati di lidah para pecinta kopi dan memiliki identitas yang khas di mata pelanggan yang tidak dapat ditiru oleh pesaing. (Operasional)			155
WT 2. Efisiensi pengeluaran biaya, dan meningkatkan margin. (Keuangan)			
WT 3. Peningkatan kualitas SDM (sdm)			
WT 4. Mengadakan promosi booking tempat untuk acara. (Marketing)			

Kemudian dalam menentukan bobot dinyatakan dengan angka 1 adalah sangat buruk sampai 8 yang artinya sangat baik dalam merespon kondisi lingkungan yang telah di analisis.

Table 4: Urutan Alternatif Strategi SWOT

PRIORITAS	STRATEGY	BOBOT
I	Strenghts - Opportunities (SO)	459.75
II	Strenghts - Treaths (ST)	327.75
III	Weaknesses - Opportunities (WO)	287
IV	Weaknesses – Treaths (WT)	155

Faktor-Faktor Strategi Eksternal terdiri dari kondisi di luar lingkungan Sejati coffee and space, yaitu diantaranya adalah dimensi ekonomi di Subang, pemerintah, sosial dan budaya, geografi, pemasok dan kompetitor, kondisi-kondisi eksternal ini dianalisis, kemudian isu apa saja yang menjadi ancaman dan isu apa saja yang mejadi peluang untuk Sejati coffee and space, dalam proses perancangan formulasi strategi bisnis yaitu untuk menentukan visi, misi dan strategi, terlebih dahulu mengamati kondisi lingkungan eksternal yang akan dihadapi oleh Sejati coffee and space, dari hasil pengamatan pengumpulan data tentang kondisi eksternal Sejati *coffee and space* ini, mendapatkan 11 peluang dan menghadapi 4 ancaman yang perlu direspon.

Faktor- faktor strategi internal yaitu kondisi dari dalam Sejati *coffee and space* sendiri, yaitu diantranya kondisi manajemn sumber daya manusia, seperti pengamatan terhadap bagaimana kualitas SDM, struktur organisasi, kemudian pengamatan terhadap kondisi keuangan bagaimana tingkat profitabilitas, arus kas masuk dan arus kas keluar, serta jumlah total asset. yang dimiliki Sejati coffee and space, kemudian pengamatan terhadap kondisi produksi, proses pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, berapa banyak menu yang bisa disajikan oleh *coffee shop* tersebut, dan yang terakhir pengamatan terhadap bagaiman kondisi manajemen pemasaran pada Sejati coffee and space, seperti pertumbuhan penjualan makanan dan minuman, pertumbuhan pengujung, pertumbuhan omset.

Kondisi internal tersebut kemudian diamati dan dianalisis pada posisi mana saja *coffee shop* memiliki kelemahan dan pada posisi mana saja *coffee shop* memiliki kekuatan, dari hasil pengamatan dan analisis, Sejati *coffee and space* memiliki 16 kekuatan dan 11 kelemahan. Metode untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal yang digunakan adalah metode analisis SWOT dan analisis matrik IE, dari hasil analisis SWOT memunculkan strategi kekuatan memanfaatkan peluang, strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang dan yang terakhir strategi meminimalkan kelemahan menghindari ancaman.

2. Hasil Formulasi Strategi Visi-Misi dan Tujuan Strategi

Setelah dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal dengan metode IFAS dan EFAS, skor posisi *coffee shop* berada di skor internal kuat yaitu sebesar 338,5 dan di posisi skor eksternal tinggi 286, ini artinya rancangan setrategi untuk Sejati *coffee and space* adalah strategi pertumbuhan dalam penjualan, aktiva, laba, atau kombinasi seluruhnya, *coffee shop* yang melakukan bisnis dalam lingkungan yang dinamis harus terus tumbuh agar bisa bertahan, pertumbuhan yang berkelanjutan berarti penjualan yang meningkat dan melakukan efisiensi terhadap pengeluarannya sehingga dapat menaikkan laba. Pengurangan biaya sangatlah penting, *coffee shop* harus melakukan efisiensi biaya, kemudian melakukan disversifikasi korelasi dan inovasi produk untuk tetap bertahan, menghadapi dinamika pasar yang terus berubah dan persaingan yang cukup signifikan. Maka sejati *coffee and space* harus melakukan efisiensi biaya, seperti pengurangan harga poko produksi, membuat inovasi produk baru, kemudian melakukan aktivitas promosi pada masyarakat sekitar subang.

Berdasarkan hasil analisis matrik IE, Sejati *coffee and space* Dalam membuat program mengacu kepada strategi pertumbuhan, pertumbuhan kualitas SDM dan menjaga loyalitasnya, pertumbuhan nilai Asset, pertumbuhan penjualan, dan jumlah produk yang telah diinovasi, menu makanan baru yang lebih varian.

Tabel 5. Hasil Desain Visi, Misi dan kebijakan Strategi CoffeShop Sejati *Coffe and Space* Kabupaten Subang, Jawa Barat

NO	Strategi Perusahaan	Tujuan Strategis	Indikator keberhasilan strategi
1.	Marketing Memperkuat branding dan menjalin hubungan baik dengan konsumen	- Menciptakan identitas yang kuat untuk coffe sejati space dengan melibatkan penyebaran branding & - Memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen	- Dalam 3 bulan, slogan coffe sejati and space sudah melekat dalam ingatan konsumen - Dalam 1 tahun, sejati <i>coffe and space</i> menjadi <i>cafe & coffe shop</i> no 1 disubang
2.	Produksi dan Operasional Pelayanan Melakukan inovasi menu yang memiliki diferensiasi	1. Produk yang sudah ada dikembangkan. 2. Lamanya waktu memesan sampai siap saji	2 menu makanan & 3 minuman yang diperbarui setiap 2-3 bulan kedepan Waktu yang diperlukan ketika menyiapkan ketika menyiapkan pesanan rata-rata 10-15 menit
3.	SDM Meningkatkan disiplin karyawan	Memperkuat motivasi karyawan	Absen karyawan penuh selama 1 bulan
4.	Keuangan Efisiensi pengeluaran biaya, dan meningkatkan margin	Mengelola pengeluaran & pemasukan keuangan serta meningkatkan nilai cafe dari sejaticoffee and space	Arus kas masuk dan arus kas keluar Nilai perusahaan(tobin's q)

Pembahasan

Dari hasil analisis SWOT lahirah Visi, Misi dan strategi Sejati *coffe and space* yang berdasarakan analisa SWOT yaitu menjadi cafe yang berkualitas dan diminati para pecinta coffe dan terkenal di kota Subang yang merupakan visi dari Sejati *coffe and Space*. Untuk mencapai visi ini Sejati *coffe and space* berusaha untuk memberikan ekstra pelayanan dan menjaga kualitas serta rasa kopi yang enak. Selain itu, pelaksanaan misi yang diantaranya adalah memperkuat branding menu andalan, melakukan diferensiasi menu, meningkatkan disiplin karyawan, dan menjaga dan mengoptimalkan aset yang ada merupakan langkah yang akan diterapkan dalam mencapai visi yang sudah dimiliki oleh Sejati *coffe and Space* sejak pertama kali berdiri.

Pada strategi yang telah dibentuk ini dibagi menjadi 4 bagian dalam ilmu manajemen dan bisnis, diantaranya yaitu :

1. Marketing

Strategi yang diciptakan yaitu memperkuat branding serta meningkatkan dan menjalin hubungan baik dengan konsumen. Tujuan strategi tersebut yaitu dapat menciptakan identitas yang kuat untuk coffe sejati space dengan melibatkan branding dengan harapan dalam 3 bulan, brand “coffe sejati and space” sudah melekat dalam ingatan konsumen di Kota Subang. Tujuan strategi lainnya yaitu memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen dan Membuat promosi mix, dengan indikator dalam 1 tahun konsisten melakukan digital advertising melalui celebrity endorser dan sejati *coffe and space* menjadi *cafe & coffe shop* no 1 disubang.

2. Produksi dan Operasional Pelayanan

Strategi yang diciptakan yaitu Melakukan inovasi menu pada produk yang sudah ada sehingga tercipta suatu menu baru dan meningkatkan kualitas pelayanan dalam penyajian makanan dan minuman sehingga tidak terjadi penumpukan orderan sehingga kepuasan konsumen tercapai.

3. Sumber Daya Manusia

Strategi yang diciptakan yaitu meningkatkan loyalitas karyawan yang terlihat dari dedikasi karyawan terhadap perusahaan dengan indikator karyawan tersebut telah bekerja lebih dari 2 tahun di Sejari *coffe and Space*. Tanggung jawab karyawan juga dapat dilihat dari bagaimana tidak terjadi selisih antara pencatatan pemasukan dan jumlah uang yang didapat per hari ditanggung oleh karyawan yang masuk pada hari itu yang merupakan penggambaran tanggung jawab karyawan. Serta motivasi karyawan bekerja juga merupakan aspek yang dapat diperhitungkan dengan pemberian bonus jika melebihi target penjualan perbulan 190jt.

4. Keuangan

Strategi yang diciptakan yaitu efisiensi pengeluaran biaya bahan baku dari 5% sampai 10%, dan meningkatkan nilai margin lebih besar dari hpp dengan menetapkan nilai margin lebih dari 70%.

Program sejati *coffee and space* menekankan pada program untuk marketing, produksi dan operasional pelayanan, serta kualitas SDM, karena dengan marketing yang kuat akan meningkatkan konsumen serta ditunjang dengan produksi yang berkualitas memiliki rasa enak dan operasional pelayanan yang baik, hal tersebut tidak luput dari tugas SDM Sejati *coffee and space* itu sendiri sehingga adanya pertumbuhan penjualan dan kepuasan pelanggan, dan secara tidak langsung nilai Asset pun ikut bertambah seiring semakin meningkatnya pertumbuhan penjualan.

KESIMPULAN

1. Setelah dilakukan proses analisis SWOT pada Sejati *Coffe and Space* Kabupaten Subang Jawa Barat, Coffeshop Sejati *Coffe and Space* mendapatkan peluang lebih banyak untuk mengembangkan bisnisnya dari pada ancaman dari kondisi eksternal. Dalam kondisi internal coffeshop, sejati *coffe and space* memiliki lebih banyak kekuatan dari berbagai aspek dari pada kelemahan.
2. Dari hasil analisis Matrik SWOT lahir Visi, Misi dan strategi dari Sejati *Coffe and Space* Kabupaten Subang Jawa Barat yang berdasarkan analisis Matrik SWOT yaitu, Visi Menjadi coffe shop yang berkualitas dan diminati oleh para pecinta coffe, sehingga coffe sejati and space menjadi coffe shop terkenal di kota subang. Untuk mencapai visi ini Sejati *Coffe and Space* Berusaha untuk memberikan ekstra pelayanan dan menjaga kualitas serta rasa kopi yang enak. Misi: Memperkuat branding menu andalan, melakukan diferensiasi menu, meningkatkan disiplin karyawan dan menjaga serta mengoptimalkan aset yang ada.
3. Berdasarkan hasil analisis matrik IE Sejati *Coffe and Space* Kabupaten Subang dalam membuat program mengacu kepada Peningkatan digital marketing dengan menciptakan branding usaha juga dengan meningkatkan hubungan jangka panjang dengan kosumen. Adanya pertumbuhan penjualan, jumlah produk yang telah diinovasi, pertumbuhan kualitas SDM melihat bagaimana loyalitas dan tanggung jawab yang diperoleh oleh karyawan, serta peningkatan yang signifikan terkait dengan profitabilitas usaha dalam bidang keuangan.

DAFTAR PUSTAKA**Artikel dalam Jurnal Publikasi**

- Aryani, E., Zanaria, Y., & Kurniawan, A. (2022). ANALISIS PERKEMBANGAN COFFEE SHOP SEBAGAI SALAH SATU PERANAN UMKM DI KOTA METRO. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 3(2), 139–145. <https://doi.org/10.24127/akuntansi.v3i2.3039>
- Ike Kusdyah Rachmawati Syarif Hidayatullah. (2019). IFAS & EFAS - Investigating Evaluation Strategies for Facing SMEs Competition. *European Journal of Business and Management*. <https://doi.org/10.7176/EJBM/11-12-21>
- Juliana, J., Monoarfa, H., & Jarianti, R. (2020). Sharia Property Business Development Strategy: IFAS and EFAS Matrix Model. *AFEBI Islamic Finance and Economic Review*, 5(01), 24. <https://doi.org/10.47312/aifer.v5i01.333>
- Murtapiah, E., & Wahdiniwaty, R. (n.d.). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ LITTLE WINGS DI JL CIGADUNG RAYA BANDUNG*.
- Putra, G. R., Tama, I. P., & Efranto, R. Y. (n.d.). *STRATEGYBUSINESS PLANNING BY USING STRATEGY-FORMULATION FRAMEWORK TO IMPROVE COMPETITIVE ADVANTAGE*.
- Qanita, A. (2020). ANALISIS STRATEGI DENGAN METODE SWOT DAN QSPM (QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX): STUDI KASUS PADA D'GRUZ CAFFE DI KECAMATAN BLUTO SUMENEP. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11–24. <https://doi.org/10.15575/jim.v1i2.10309>
- Sitorus, E. R. B. (2023). Proses Perumusan Strategi Analisis Formulasi Implementasi dan Evaluasi serta Model-Model Perumusan Strategi seperti Matriks BCG (Boston Consulting Group) Matriks Space dan Lainnya di Tingkat Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan*, 3, 49–54. <https://doi.org/10.30872/jimpian.v3iSE.2914>
- Sopiawadi, M. (2022). *ANALYSIS OF DESIGN STRATEGY IMPLEMENTATION OF HUMAN RESOURCES IN BIOFLOC SYSTEM FISH LIVESTOCK BUSINESS UNIT AT MUAMALAT NAHDLATUL ULAMA SYARIAH COOPERATIVE KASOMALANG*. 04(01).

Buku

- J. David Hunger, Thomas L. Wheelen. (2011) *Essentials of Strategic Management, 5th Edition* (Prentice.pdf).
- Ratten, V. (2022). *Research Methodologies for Business Management* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003314516>