

Strategi Peningkatan Kinerja SDM di Waralaba “Kopi Titik Koma” The Hok Jambi

Anaseputri Jamira¹, Fachruddin Razi², Muhammad Amali¹, Yulita Febriani¹

¹Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari,

²Fakultas Hukum Universitas Batanghari Jambi

*Correspondence email: anaseputrijamira24@gmail.com

Abstract. *This study aims to formulate a strategy for improving the performance of Human Resources (HR) at The Hok Coffee Shop "Kopi Titik Koma" - Jambi City by using SWOT Analysis. Direct interviews, surveys, and observations were used to obtain data which were then analyzed using the SWOT method. The results of this study show that integrative strategies and SO (Strengths and Opportunities) strategies that can be used include developing performance through workshops, collaborating with partners, and maximizing promotions to customers. This research is still limited to the IE Matrix. In the future, a series of strategic management analysis tools can be used to obtain more optimal input for making management decisions.*

Keywords : *Strategy, HR Performance, SWOT Analysis*

PENDAHULUAN

Prospek Bisnis Kuliner dapat dikatakan terus berkembang dan tidak ada matinya. Seiring dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk, maka bisnis kuliner akan terus tumbuh untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan pilihan pemenuhan keinginan, sebuah konsep “needs and wants” yang menjadi dasar lahirnya inovasi produk dalam bisnis seperti halnya bisnis Kuliner.

Inovasi yang terus berkembang, fenomena bisnis yang beragam, sebut saja salah satunya tren bisnis tempat tongkrongan dengan produk utama yang sedang menjamur dan sangat digemari masyarakat, yaitu *Coffee Shop*. Tidak hanya di dunia, perkembangan *Coffee Shop* sangat terasa dan menjamur di Indonesia termasuk wilayah Provinsi Jambi, bukan hanya di Kota Jambi sebagai Ibukota Provinsi, namun hingga menjamur di wilayah Kabupaten, sebut saja seperti di Muara Bulian (Kab. Batanghari) atau Sungai Bengkal (Kab. Tebo), tidak ketinggalan hadir berbagai merek *Coffee Shop*.

Seperti bisnis kuliner lainnya, *Coffee Shop* juga ada yang merupakan Waralaba dan ada juga berupa *Local Brand*. Masing-masing tentu memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri. Umumnya mereka yang berjiwa bisnis tinggi, sangat tertantang menjadi pelopor dengan membangun konsep dan merek sendiri. Namun, bagi mereka yang ingin berbisnis sambil belajar dari mereka yang telah berpengalaman, Waralaba memberikan kesempatan itu. Ada banyak merek Waralaba bisnis *Coffee Shop* yang sering dijumpai dan dikenal masyarakat, sebut

saja seperti *brand* Excelso, Starbucks, Kopi Kenangan, Kopi Titik Koma, dan masih banyak lainnya.

Sebagai sebuah bisnis yang Produk Utamanya sangat erat kaitannya dengan Pelayanan, tidak murni berupa Barang, unsur “*People and Process*” yang tidak lepas dari peran Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan hal utama dalam menghadirkan Kepuasan Pelanggan atas Produk yang berkualitas yang menjamin keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang guna mencapai visi perusahaan. Manajemen Sumber Daya Manusia menjadi faktor mutlak yang penting untuk diperhatikan.

Konsistensi yang mampu dihadirkan dalam Produktivitas Karyawan yang terwujud dalam Kinerja Karyawan merupakan kunci utama eksistensi suatu bisnis, terutama di tengah persaingan yang ketat, seperti dalam bisnis *Coffee Shop*.

Permasalahan muncul ketika kenyataan di luar ekspektasi, dengan kata lain, ketika karyawan tidak mampu memenuhi standar yang ditetapkan. Terjadinya inkonsistensi, dimana ditemukannya ketidakstabilan dan belum optimalnya kinerja karyawan (Anggraeni dan Yuniarsih, 2017). Terutama dalam menghadapi lingkungan bisnis dengan tingkat persaingan yang tinggi, tentunya masalah inkonsistensi kinerja menjadi perhatian utama Manajemen, khususnya bidang Manajemen Sumber Daya Manusia.

Coffee Shop bukan hanya menjual produk minuman, namun jasa “tempat tongkrongan”

yang nyaman menjadi tujuan utama konsumen. Berdasarkan survei awal terhadap *Coffee Shop* yang ada di Kota Jambi, *Coffee Shop* “Kopi Titik Koma”, masih jarang dan belum menjadi tujuan utama tempat nongkrong anak muda di Kota Jambi.

Tampak juga bahwa konsumen tidak terpengaruh dengan harga, sebut saja Starbucks dan Excelso yang tetap ramai dikunjungi, yang menghadirkan produk premium dengan harga relatif tinggi jika dibandingkan dengan Waralaba *Coffee Shop* lainnya.

Kopi Titik Koma adalah kemitraan Waralaba *Coffee Shop* yang memiliki produk andalan varian kopi susu *specialty*. Kopi Titik Koma menyajikan Kopi enak dengan pelayanan setara *Coffee Shop* internasional dan konsep *cafe* yang nyaman dan unik. Kopi Titik Koma merupakan simbol untuk terus melanjutkan apa yang sedang diperjuangkan. *Coffee Shop* awal mulanya didirikan di Surabaya pada tahun 2016, dan pada tahun 2021 telah mencapai 46 gerai di 26 kota di Indonesia. Sedangkan di Kota Jambi, *Coffee Shop* “Kopi Titik Koma” telah memiliki Dua Gerai, satu terletak di Jl. Jend. Sudirman No.16e, The Hok, yang hadir lebih dulu berdiri tahun 2019 dan di Jl. Prof Dr Soemantri Brodjonegoro, Jelutung pada tahun 2021.

Beberapa perilaku yang mempengaruhi kinerja karyawan seperti melanggar peraturan atau kebijakan atau SOP yang telah ditetapkan sebelumnya, antara lain yaitu ketidakdisiplinan waktu (sering terlambat atau tidak masuk kerja), ketidakfokusan selama bekerja (bermain ponsel, bersantai, bercanda dengan rekan selama bekerja), ketidaktelitian dalam mengerjakan tugas (barang yang diproduksi tidak sesuai standar mutu perusahaan), keterlambatan produksi atau pelayanan, dan lain sebagainya menjadi permasalahan yang akan berpengaruh terhadap kinerja.

Permasalahan tersebut tentunya berdampak pada rendahnya Produktivitas suatu Usaha atau Bisnis atau Perusahaan. Untuk itu, diperlukan strategi Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) yang tepat, terencana, terarah, dan berkesinambungan. Hal ini juga diperlukan guna menghadapi dan bertahan terhadap perubahan lingkungan yang cepat (Mas'ud, 2004), seperti halnya yang terjadi akibat Pandemi Covid 2019 beberapa waktu yang lalu, yang mana sangat berdampak dan sampai saat ini berpengaruh terhadap perubahan lingkungan yang dihadapi oleh Para Pembisnis,

baik sektor UMKM hingga Perusahaan (Herri dan Jamira, 2023).

Ada banyak upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan Kinerja SDM pada *Coffee Shop* “Kopi Titik Koma” diantaranya dengan mengadakan kegiatan pengembangan diri, motivasi, kompensasi, *punishment and reward system*. Untuk itu, diperlukan analisis terlebih dahulu. Salah satunya dengan menggunakan metode yang sudah sangat dikenal masyarakat dan teruji yaitu *SWOT Analysis*.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirumuskan bahwa penelitian ini mengangkat permasalahan yang dihadapi manajemen “Kopi Titik Koma”, dalam tujuannya untuk merumuskan strategi peningkatan kinerja Sumber Daya Manusia (SDM) di *Coffee Shop* “Kopi Titik Koma” The Hok - Kota Jambi dengan menggunakan Analisis SWOT, sehingga diharapkan mampu memenuhi atau mampu melebihi target perusahaan yang telah ditetapkan perusahaan sebelumnya yang pada akhirnya dapat mewujudkan visi dan tujuan perusahaan serta keberlangsungan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat, dinamis, dan mengglobal.

Tinjauan Pustaka

Sumber Daya Manusia (SDM) kini dianggap bukan hanya sebagai Aset namun mengalami pergeseran makna seiring dengan perannya yang semakin penting dalam mempengaruhi keberlangsungan suatu bisnis atau perusahaan. SDM dalam hal ini baik karyawan maupun buruh (tenaga kerja) dianggap Investasi bagi Perusahaan. Gambaran ke depan perusahaan digambarkan dari kualitas SDM yang mereka miliki. Hal ini tentu saja, karena SDM (Tenaga Kerja) berperan aktif, mereka yang merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi rangkaian sistem dalam suatu organisasi. Untuk itu dibutuhkan pengelolaan manajemen sumber daya manusia yang baik atau biasa dikenal dengan manajemen personalia (*Human Resource Management*).

Manajemen Sumber Daya Manusia sendiri didefinisikan sebagai ilmu dan seni yang dipergunakan dalam mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat (Hasibuan, 2019). Manajemen Sumber Daya Manusia juga diartikan sebagai penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai baik

tujuan-tujuan individu maupun organisasi (Handoko, 2014).

Sederhananya, Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan serangkaian proses perencanaan, pengorganisasian, implementasi, dan kontrol kegiatan analisis kebutuhan SDM organisasi, seleksi, pengembangan, hingga keputusan kerja dan pembekalan kedepannya atas SDM dalam suatu organisasi, guna mencapai visi organisasi tersebut.

Kinerja menurut Widarman dkk (2020) merupakan hasil kerja yang dicapai oleh individu atau sekelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan kewenangan dan tanggung jawabnya masing-masing, guna mencapai tujuan organisasi, tidak melanggar hukum (legal), sesuai dengan etika dan moral yang berlaku. Kinerja juga dapat diartikan sebagai kualitas, kuantitas, waktu yang digunakan sejauh mana menjalankan tugas.

Kinerja berhubungan dengan produktivitas (efisiensi dan efektivitas). Kinerja menjadikan seseorang individu dituntut memenuhi standar target pencapaian yang telah ditetapkan sebelumnya. Kinerja SDM/Tenaga Kerja yang baik artinya individu secara mandiri atau dalam kelompok mampu bekerja secara profesional dan optimal.

Analisis SWOT merupakan sebuah *tool* yang sudah banyak digunakan dan diterapkan dalam berbagai upaya analisis strategi yang dilakukan baik oleh individu maupun perusahaan. *SWOT Analysis* terbukti mampu memberikan input terhadap perumusan strategi baik di tingkat atas maupun divisi perusahaan atau organisasi. Tidak mengherankan jika analisis SWOT dimanfaatkan dalam perumusan strategi peningkatan kinerja Sumber Daya Manusia (SDM) di berbagai bisnis, baik level UMKM maupun Perusahaan, seperti yang akan digunakan dalam bisnis *Coffee Shop* “Kopi Titik Koma” The Hok - Kota Jambi.

METODE

Analisis SWOT menurut Paramarta (2009) adalah analisis identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Melalui analisis SWOT diharapkan perusahaan atau organisasi dapat mengenali (mengidentifikasi) faktor-faktor strategik, yaitu

berbagai kondisi pada lingkungan eksternal dan internal, yang pada akhirnya secara strategik berpengaruh besar terhadap keberhasilan perusahaan dan posisi perusahaan dalam persaingan.

Tahapan Analisis SWOT menurut (Erwiani, 2012) melibatkan analisis lingkungan internal (*SW*) dan eksternal (*OT*) organisasi atau perusahaan, dengan menggunakan berbagai matriks, yaitu:

1. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (*EFE Matrix*)

Terdapat lima tahap dalam mengembangkan *EFE Matrix*, yaitu:

- Susunlah *key success factors* yang diidentifikasi dalam *external - audit process* yang mencakup perihal peluang dan ancaman.
- Kemudian tentukan bobot *key success factors* dengan skala mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Total seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- Berilah rating antara 1 sampai 4 untuk setiap *key success factors* sesuai dengan kondisi organisasi atau perusahaan yang dihadapi, dimana artinya organisasi merespon:
4 : sangat bagus,
3 : di atas rata-rata,
2 : rata-rata,
1 : di bawah rata-rata.
- Kalikan masing-masing nilai bobot dengan rating-nya (bobot x rating) untuk memperoleh *score*.
- Jumlah semua *score* untuk memperoleh total *score* akhir.

Total *score EFE Matrix*, maksimal bernilai 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total *score* 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total *score* sebesar 1,0 sebaliknya menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

2. Matriks Evaluasi Faktor Internal (*IFE Matrix*)

Seperti halnya *EFE Matrix*, *IFE Matrix* dikembangkan dalam lima tahap, yaitu:

- Susunlah daftar *key success factors* seperti yang diidentifikasi pada *internal audit process*.

- b. Kemudian tentukan bobot nilai antara 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting) masing-masing faktor. Nilai bobot menunjukkan kepentingan dari faktor tersebut. Faktor yang dipertimbangkan untuk memiliki peran yang paling besar pada prestasi organisasi nilai tertinggi, demikian pula sebaliknya. Jumlah seluruh bobot harus 1,0.
 - c. Selanjutnya, berikan rating (nilai) 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor yang menunjukkan faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating = 4).
 - d. Kalikan bobot dan rating dari masing-masing faktor untuk memperoleh skor.
 - e. Kemudian jumlahkan untuk memperoleh total skor.
- Total skor rata-rata adalah 2,5. Jika skor di bawah 2,5, hal ini menunjukkan bahwa internal lemah, sebaliknya jika skor di atas 2,5 menunjukkan posisi internal kuat.
3. Matriks SWOT (*SWOT Matrix*)
Terdapat 8 (delapan) tahapan dalam membentuk Matriks SWOT, yaitu:
 - a. Menyusun daftar peluang yang utama (eksternal);
 - b. Menyusun daftar ancaman yang utama (eksternal);
 - c. Menyusun daftar kekuatan yang utama (internal);
 - d. Menyusun daftar kelemahan yang utama (internal);
 - e. Kombinasikan, cocokkan kekuatan-kekuatan (internal) dengan peluang-peluang (eksternal) dalam kolom *SO Strategy*;
 - f. Kombinasikan kelemahan-kelemahan (internal) dengan peluang-peluang eksternal dalam kolom *WO Strategy*;
 - g. Kombinasikan kekuatan-kekuatan (internal) dengan ancaman-ancaman (eksternal) dalam kolom *ST Strategy*;
 - h. Kombinasikan kelemahan-kelemahan (internal) dan ancaman-ancaman (eksternal) dalam kolom *WT Strategy*.Matriks SWOT merupakan indikasi berbagai faktor yang sistematis guna merumuskan strategi, berdasarkan pada analisis yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan bersamaan dengan meminimalisir kelemahan dan ancaman.
 4. Matriks Internal Eksternal (*IE Matrix*)

Matriks IE dibangun berdasarkan hasil dari Matriks EFE dan IFE sebelumnya. Skor yang diperoleh dari kedua Matriks sebelumnya akan mengindikasikan posisi yang dihadapi saat ini. Matriks terbagi ke dalam 9 kuadran yang menunjukkan posisi divisi atau organisasi atau perusahaan berdasarkan kombinasi skor tersebut.

Secara umum, menurut David (2009), bahwa kerangka kerja analisis perumusan strategi menggunakan Analisis SWOT terbagi atas 3 tahapan. Tahap Pertama yaitu *The Input Stage* terdiri atas *EFE Matrix* dan *IFE Matrix*, dan Tahap Kedua yaitu *The Matching Stage* melibatkan *SWOT Matrix* dan *IE Matrix*. Kemudian baru dilakukan Tahap Ketiga yaitu *The Decision Stage*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan survei, observasi, dan wawancara (data primer) ditemukan bahwa tidak ada perubahan yang signifikan terhadap komposisi Karyawan/SDM di *Coffee Shop* “Kopi Titik Koma” selama kurun waktu 5 tahun terakhir. Hal ini mengindikasikan kecilnya *turnover* karyawan/SDM, yang artinya tingkat loyalitas karyawan cukup tinggi. Loyalitas tersebut lahir sebagai hasil dari Kepuasan Karyawan terhadap lingkungan kerja, seperti atasan yang memotivasi, lingkungan kerja yang terbuka dan mendukung untuk pengembangan diri, renumerasi yang cukup menjanjikan.

Penilaian Kinerja SDM/Karyawan nantinya berujung pada besaran kompensasi yang diterima oleh SDM/Karyawan *Coffee Shop* “Kopi Titik Koma” itu sendiri, selama 5 (lima) tahun terakhir (periode 2019 - April 2023), dinilai berdasarkan banyaknya jumlah Penjualan yang dihitung dalam satuan *Cup*, baik pesanan yang sifatnya *Dine-in* maupun secara *Online*.

Berdasarkan data primer, terjadi peningkatan penjualan tiap tahun, meskipun tidak signifikan namun bergerak maju. Terlihat walaupun dalam masa Pandemi tidak mempengaruhi tingkat penjualan. Hal ini dikarenakan penjualan sistem *online* tetap dapat dilayani dengan baik oleh SDM/Karyawan *Coffee Shop* “Kopi Titik Koma”.

Analisis SWOT

EFE Matrix

Berdasarkan data primer dan sekunder yang diperoleh, disusun matriks EFE sebagai berikut:

Tabel 1. Matriks EFE

FAKTOR EKSTERNAL				
NO.	PELUANG	BOBOT	RATING	SKOR
1	Memiliki banyak pelanggan tetap	0.19	3	0.57
2	Mampu menjadi partner bagi aplikasi <i>marketplace</i>	0.18	4	0.72
3	Tingginya daya beli konsumen	0.14	3	0.42
Jumlah		0.51		1.71
NO.	ANCAMAN	BOBOT	RATING	SKOR
1	Kualitas Produk /Jasa dan Persaingan Harga Kompetitor	0.18	4	0.72
2	Konsumen semakin cerdas dan selektif	0.17	3	0.51
3	Tingginya biaya produksi	0.14	2	0.28
Jumlah		0.49		1.51
TOTAL KESELURUHAN		1		3.22

Sumber: Data diolah (2023)

Ada tiga faktor Peluang utama yang tersaring yaitu Pertama, memiliki banyak pelanggan tetap, dimana kita ketahui loyalitas pelanggan menjadi kelebihan dan peluang yang bagus untuk mengembangkan bisnis. Kedua, kemampuan menjadi *partner* bagi aplikasi *marketplace*, kondisi ini tentu sangat menguntungkan bisnis untuk memperluas jangkauan pasar. Ketiga, tingginya daya beli konsumen, tentu menjadi faktor yang mempengaruhi grafik peningkatan permintaan akan produk dan layanan yang disediakan, yang pada akhirnya akan mendorong pencapaian kinerja SDM untuk memenuhi target bisnis yang ditetapkan.

Sedangkan tiga faktor ancaman yang akan mempengaruhi kinerja karyawan dan bisnis yaitu Pertama, kualitas produk/jasa dan persaingan harga kompetitor, menuntut kinerja optimal dan stabil dari karyawan atau SDM. Kedua, konsumen yang semakin cerdas dan selektif memaksa *Coffee Shop* “Kopi Titik Koma” untuk terus meningkatkan dan mempertahankan kinerja melalui inovasi produk maupun layanan yang diberikan. Ketiga, peningkatan biaya produksi memang tidak dapat dihindari, namun bisa disiasati.

Berdasarkan Tabel 1. di atas dapat dilihat bahwa skor peluang 1,71 masih lebih baik dibandingkan skor ancaman sebesar 1,51. Total keseluruhan yaitu 3,22 yang mengindikasikan bahwa perusahaan merespon sangat baik peluang dan ancaman yang ada (kategori tinggi).

IFE Matrix

Berikut Tabel 2. *IFE Matrix* yang disusun berdasarkan tingkat kepentingan dari hasil pengolahan data primer dan sekunder.

Terdapat tiga faktor Kekuatan utama yang dimiliki yaitu Pertama, memiliki karyawan yang ahli dan berpengalaman. Kedua, lingkungan kerja dan atasan yang memotivasi. Ketiga, penerapan pelayanan prima. Ketiga faktor tersebut sangat berpengaruh dan memiliki skor yang tinggi yaitu 1.9.

Tabel 2. *IFE Matrix*

FAKTOR INTERNAL				
NO.	KEKUATAN	BOBOT	RATING	SKOR
1	Karyawan yang ahli dan berpengalaman	0.19	4	0.76
2	Lingkungan Kerja dan Atasan yang memotivasi	0.18	4	0.72
3	Penerapan Pelayanan Prima	0.14	3	0.42
Jumlah		0.51		1.9
NO.	KELEMAHAN	BOBOT	RATING	SKOR
1	Kurangnya disiplin Tenaga Kerja	0.19	1	0.19
2	Lemahnya Peraturan	0.17	2	0.34
3	Lemahnya Standar Kinerja	0.14	2	0.28
Jumlah		0.5		0.81
TOTAL KESELURUHAN		1.01		2.71

Sumber: Data diolah (2023)

Sedangkan tiga faktor Kelemahan yang perlu diperhatikan oleh manajer yaitu kurangnya disiplin tenaga kerja, lemahnya peraturan, dan standar kinerja, memiliki skor yang cukup rendah sebesar 0,81. Sehingga, total kedua faktor internal tersebut mencapai 2,71, yang artinya masuk skala sedang (direspon dengan baik).

SWOT Matrix

Langkah selanjutnya adalah menyusun matriks SWOT, dimana mencoba mengkombinasikan faktor internal dan eksternal yang memberikan berbagai macam alternatif strategi.

Tabel 3. Matriks SWOT

INTERNAL	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
EKSTERNAL	Karyawan yang ahli dan berpengalaman	Kurangnya disiplin Tenaga Kerja
	Lingkungan Kerja dan Atasan yang memotivasi	Lemahnya Peraturan
PELUANG (O)	Penerapan Pelayanan Prima	Lemahnya Standar Kinerja
	STRATEGI (SO)	STRATEGI (WO)
	Memiliki banyak pelanggan tetap	Mengadakan pengembangan kinerja melalui <i>workshop</i>
Mampu menjadi partner bagi aplikasi <i>marketplace</i>	Mengadakan kerjasama dengan mitra	Memperbaiki Standar Kinerja
Tingginya daya beli konsumen	Memaksimalkan promosi pada pelanggan	Memperbaiki Peraturan

ANCAMAN (T)	STRATEGI (ST)	STRATEGI (WT)
Kualitas Produk /Jasa dan Persaingan Harga Kompetitor	Menjaga kualitas dan kestabilan harga	Membuat anggaran produksi yang flexible
Konsumen semakin cerdas dan selektif	Pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen	
Tingginya biaya produksi	Mencari alternatif bahan baku	

Sumber: Data diolah (2023)

Strategi yang disarankan adalah strategi *SO (Strength - Opportunity)* atau Strategi kombinasi Kekuatan dan Peluang. Strategi ini memberikan kombinasi tiga opsi yaitu mengadakan pengembangan kinerja melalui *workshop* bagi karyawan/SDM, mengadakan kerjasama dengan mitra baik dalam hal penjualan maupun produksi, serta memaksimalkan promosi pada pelanggan, baik yang baru maupun yang lama.

IE Matrix

Berdasarkan Gambar 1. di bawah ini, matriks IE menunjukkan bahwa divisi berada pada kuadran kedua (II), yang merupakan kombinasi antara skor nilai EFE sebesar 3,22 dan IFE sebesar 2,71.

		IFE		
		Kuat (3 - 4)	Sedang (2 - 2.99)	Lemah (1 - 1.99)
EFE	Tinggi (3 - 4)	I	II	III
	Sedang (2 - 2.99)	IV	V	VI
	Rendah (1 - 1.99)	VII	VIII	IX

Gambar 1. IE Matrix

Sumber: Data diolah (2023)

Pada kuadran ini yang memiliki arti divisi berada pada posisi tumbuh dan berkembang, maka strategi yang bisa ditawarkan adalah strategi integratif. Strategi integratif mencakup integrasi ke depan, integrasi ke belakang, hingga integrasi horizontal. Divisi dapat memilih menjalankan secara keseluruhan atau memilih satu diantara ketiganya yang paling memungkinkan untuk diimplementasikan terlebih dahulu.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Internal Kekuatan dan Kelemahan Manajemen Sumber Daya *Coffee Shop “Kopi Titik Koma”* berada di posisi rata-rata, sedangkan faktor

eksternal yang dihadapi baik peluang dan ancaman berada pada posisi yang tinggi.

Posisi Divisi Manajemen Sumber Daya *Coffee Shop “Kopi Titik Koma”* berada pada kuadran II yaitu posisi tumbuh dan berkembang. Maka strategi yang disarankan yaitu strategi integratif, baik ke depan, belakang, maupun horizontal.

Strategi yang dapat diterapkan Manajemen Sumber Daya *Coffee Shop “Kopi Titik Koma”* dalam upaya meningkatkan kinerja SDM-nya yaitu *Strategi SO* (Kekuatan dan Peluang), yaitu mengadakan pengembangan kinerja melalui *workshop*, mengadakan kerjasama dengan mitra, serta memaksimalkan promosi pada pelanggan.

Penelitian ini dapat ditindaklanjuti lebih lanjut, dengan melibatkan seluruh rangkaian dan *Tools* manajemen strategik yang dapat digunakan agar diperoleh masukan strategi yang optimal untuk perusahaan, khususnya bagi pengelola *Coffee Shop “Kopi Titik Koma”*, mengingat penelitian saat ini masih terbatas hanya sampai *IE Matrix*.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, Widi., dan Yuniarsih, Tjutju. (2017). Dampak Tata Ruang Kantor Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Dinas Pendidikan Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran (JPManper)*, 2(2), 105-112.

David, Fred R. (2009). *Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.

Erwiani, dan Sudarma, Made. (2012). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan dan Penerapan Strategi pada Perusahaan (Studi Kasus di Telkom Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/486>.

Handoko, H. T. (2014). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE-Yogyakarta: Yogyakarta.

Hasibuan, Malayu S.P. (2019). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta : Bumi Aksara.

Herri, dan Jamira, Anaseputri. (2023). *Geliat UMKM Pasca Pandemi dan Strategi Pengembangannya (Part 1)*. Jambi-independent.co.id. <https://jambiindependent.disway.id/read/6>

- 58276/geliat-umkm-pasca-pandemik-dan-strategi-pengembangannya-part-1.
- Mas'ud, Fuad. (2004). *Survei Diagnosis Organisasional*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Paramarta, Wayan Arya. (2009). Analisis SWOT PT. Astra International, Tbk. *Forum Manajemen*, 7(1), 39-44.
- Widarman, Agung, dkk. (2020). Analisis SDM Guna Meningkatkan Kinerja Karyawan dengan Metode SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) di PT. Indo Sadang Fabrikator. *Jurnal Teknologika*.
<https://jurnal.wastukencana.ac.id/index.php/teknologika/article/view/91>.