

Analisis Kinerja Cafe XYZ Dengan Metode Balanced Scorecard Dan SWOT

Octavia Vanessa Wiyose¹, Elly Ismiyah², Yanuar Pandu Negoro³

^{1,2,3} Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik
Jl. Sumatra No. 101 GKB - Gresik

Email: nessaawiyosee@gmail.com, ismi_elly@umg.ac.id, yanuar.pandu@umg.ac.id

ABSTRAK

Pengukuran kinerja merupakan aspek utama untuk mengendalikan pelaksanaan strategi perusahaan. Metode Balanced Scorecard dan SWOT ini dapat mempermudah untuk memantau kinerja perusahaan. Cafe adalah tempat untuk bersantai, berbincang-bincang atau bahkan bertukar pikiran. Cafe XYZ ini telah melakukan banyak perubahan konsep, yang mulanya mengangkat konsep pujasera menjadi cafe dengan hiburan live music namun peningkatan tersebut terkadang masih belum bisa mencapai target yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan metode Balanced Scorecard dan SWOT yang digunakan untuk menyusun strategi agar terjadi peningkatan kinerja. Berdasarkan hasil penelitian ini, Cafe XYZ ini berada pada kuadran 1 yang berarti strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Pada aspek finansial, terdapat ukuran kinerja ROE 261,60%, ukuran NPM 72,25%, dan Sales Growth (SG) dengan nilai kinerja sebesar 51%. Pada aspek pelanggan, ukuran jumlah struk kasir perbulan dengan nilai pencapaian 719, ukuran jumlah komplain dengan nilai 0,7 dan ukuran kepuasan pelanggan dengan nilai 89%. Pada aspek proses bisnis internal, pengukuran berbasis jumlah inovasi baru perbulan memperoleh hasil 1,5 dan kinerja berbasis jumlah unggahan promosi di media sosial sebesar 13,3. Pada aspek pertumbuhan dan pembelajaran, ukuran absence karyawan memiliki kinerja 2,5 dan tingkat jumlah karyawan yang keluar dengan nilai kinerja 11%

Kata Kunci: SWOT, Strengths, Opportunities, Weaknesses, Threats, Kinerja Cafe, Balanced Score Card

ABSTRACT

Performance measurement is the main aspect to control the implementation of corporate strategy. The Balanced Scorecard and SWOT methods can make it easier to monitor company performance. Cafe is a place to relax, chat or even exchange ideas. Cafe XYZ has made many concept changes, which initially raised the concept of food court to become a cafe with live music entertainment, but these improvements sometimes still cannot reach the predetermined target. This study uses the Balanced Scorecard and SWOT methods which are used to develop strategies to increase performance. Based on the results of this study, Cafe XYZ is in quadrant 1 which means a strategy that uses strengths to take advantage of existing opportunities. From a financial perspective, there are 261.60% ROE performance measures, 72.25% NPM measures, and Sales Growth (SG) with a performance value of 51%. From the customer perspective, the size of the number of cashier receipts per month is 719, the size of the number of complaints is 0.7 and the size of customer satisfaction is 89%. In the perspective of internal business processes, the measurement based on the number of new innovations per month gets 1.5 results and the performance based on the number of promotional uploads on social media is 13.3. In the perspective of growth and learning, the measure of employee absence has a performance of 2.5 and the level of the number of employees who leave with a performance value of 11%

Keywords: SWOT, Strengths, Opportunities, Weaknesses, Threats, Cafe Performance, Balanced Score Card

Pendahuluan

Setiap tahun banyak cafe baru dengan konsep yang berbeda dan persaingan dalam bisnis cafe menjadi semakin ketat. Hal ini mengharuskan pelaku bisnis untuk melakukan inovasi baru secara

terus menerus, agar dapat mempertahankan pelanggan setianya dan menambah pelanggan baru. Cafe adalah tempat untuk meminum kopi, selain itu pengunjung juga bisa memesan minuman *noncoffee* yang telah disediakan oleh masing-masing Cafe. [1]. Cafe menjadi kegemaran muda-mudi karena suasana cafe yang nyaman, keunikan menu

makanan dan minuman yang disajikan dan pelayanan karyawan yang ramah. Cafe merupakan suatu tempat yang menyediakan menu utama makanan ringan dan macam-macam kue, serta menyediakan minuman seperti teh, kopi, dan jus dengan pilihan yang terbatas [2].

Pada awalnya Cafe XYZ ini mengangkat konsep seperti pujasera yang terdapat beberapa stand di dalamnya, ada Namsan Kfood, Kosa Kata Toast, dll. Namun setelah dirasa ketertarikan pengunjung akan hal itu sedikit mengurang maka Pemilik Cafe XYZ mulai berpindah konsep menjadi cafe yang disediakan fasilitas untuk karaoke dan ada live music setiap Sabtu malam. Selain itu menu yang disediakan mulai ditambahkan lagi, dan mulai memfokuskan pada menu kopi yang disediakan. Setelah banyak perubahan yang dilakukan Cafe XYZ terjadi peningkatan pengunjung namun peningkatan tersebut terkadang masih belum bisa mencapai target yang telah ditentukan.

Untuk mencapai target yang telah ditentukan perlu disusun strategi – strategi yang tepat namun pada Cafe XYZ sampai saat ini masih belum memiliki strategi bisnis yang menyebabkan kinerja cafe masih *up and down*. Setiap perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk memanfaatkan potensi yang dimiliki, karena pada saat ini tingkat persaingan antar perusahaan makin tinggi. Strategi pemasaran yang baik dapat dilakukan dengan mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan [3]. Strategi yang dirumuskan harus benar dan keberhasilannya terukur. Tujuan dari metode Balanced Scorecard adalah untuk mengubah strategi tertera menjadi peta strategi serta bentuk strategis untuk mengawasi kinerja perusahaan mengenai strategi yang digunakan sehingga dapat terlihat tingkat keefektifannya. SWOT digunakan untuk menganalisis kasus bisnis terkait.

Penelitian ini didasarkan pada beberapa penelitian sebelumnya baik mengenai jenis penelitian, teori yang digunakan, maupun metode penelitian yang digunakan.

[4] Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Rifqi Milzam Ramadhan pada tahun 2020 dengan obyek penelitian Kopi Rolas Yogyakarta dan menggunakan metode SWOT-Balance Scorecard. Penelitian ini bertujuan mengukur kinerja restoran Kopi Rolas sekarang yang diamati dari empat perspektif yakni keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, pertumbuhan dan pembelajaran. Serta membuat saran strategi guna meningkatkan kinerja restoran Kopi Rolas. Hasil dari penelitian ini adalah memperoleh hasil pengukuran kinerja pada Kopi Rolas pada perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, perspektif pertumbuhan dan pembelajaran. Serta

memberikan usulan strategi inisiatif pada Kopi Rolas.

[5] Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Daryono, Refius Pradipta Setyanto, Hersugondo, Sri Supriyati, Syaiful Bakhri pada tahun 2019 dengan obyek penelitian UKM kluster perkebunan di Kabupaten Kendal dan menggunakan metode SWOT-Balance Scorecard dan AHP. Hasil dari penelitian ini adalah hasil analisis SWOT dengan alternatif strategi yang terdiri dari strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT didapatkan dari perolehan FGD (Focus Group Discussion) dan wawancara. Serta mengetahui strategi UKM Kluster Perkebunan Kabupaten Kendal.

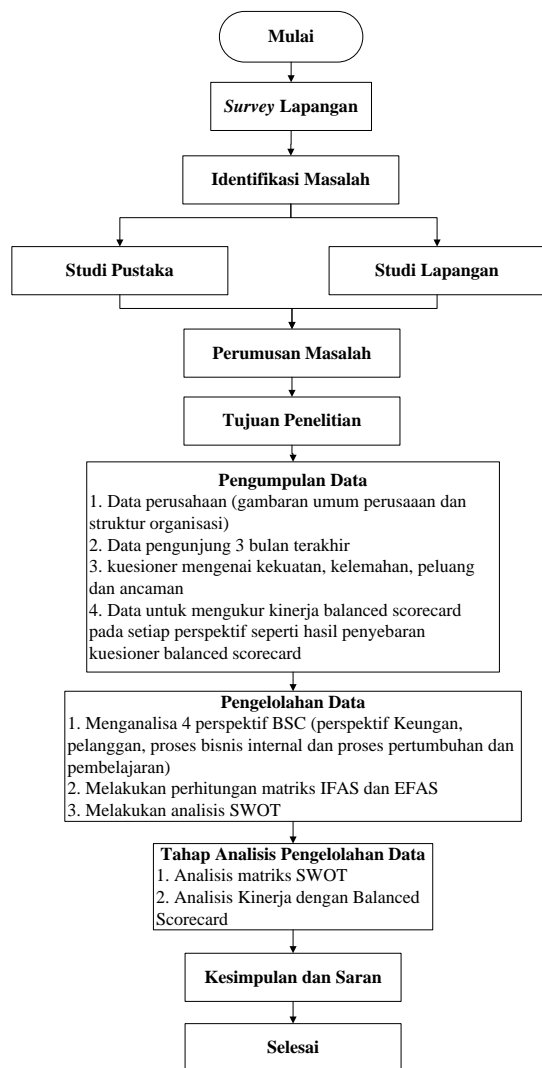
[6] Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Sugiyarto, Sarwani pada tahun 2020 dengan obyek penelitian Pt. Purnamajaya Bhakti Utama dan menggunakan metode SWOT-BSC. Penelitian ini bertujuan untuk menetapkan alternatif strategi melalui penggabungan SWOT dan BSC untuk menambahkan daya saing perusahaan dan menumbuhkan kualitas produk. Hasil dari penelitian ini adalah penetapan standar balance scorecard untuk PT Purnamajaya Bhakti Utama, dengan nilai 75%, yang artinya keadaan PT. Purnamajaya Bhakti Utama sehat dengan kategori A. Sementara itu nilai bobot kinerja keuangan yang didapat dari hasil FGD berada pada posisi sangat sehat dengan kategori AAA.

[7] Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Juned Dwi Hanggoro pada tahun 2018 dengan obyek penelitian Mom Milk Solo dan menggunakan metode SWOT-BSC. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kinerja perusahaan saat ini berdasarkan 4 perspektif, dan mengatur inisiatif strategi untuk memupuk kinerja perusahaan. Hasil dari penelitian ini adalah Memperoleh hasil pengukuran kinerja dengan 4 perspektif dari data 3 tahun kebelakang. Serta menemukan strategi inisiatif yang dapat diaplikasikan dengan pertimbangan hasil pembobotan.

[8] Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Kuku Wahyudi, Nimas Aryany Pratiwi, Maria Eliza pada tahun 2021 dengan obyek penelitian BUMD Pt Bank X dan menggunakan metode SWOT-BSC. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keunggulan kompetitif sehingga dapat bersaing dengan kompetitor. Hasil dari penelitian ini adalah memperoleh hasil pengukuran kinerja dengan 4 perspektif dari data 3 tahun kebelakang. Serta menemukan strategi inisiatif yang dapat dipraktikkan dengan mempertimbangkan hasil pembobotan. kinerja pada perspektif keuangan mendapatkan hasil yang cukup baik dan terus mengalami perkembangan dari tahun 2017 hingga 2019.

Metode Penelitian

Pada bagian ini menjelaskan mengenai langkah-langkah penelitian pada Cafe XYZ. Langkah-langkah yang dilakukan adalah :



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian yang telah dilakukan ialah :

1. Data gambaran umum, data terkait dengan Analisis SWOT dan strategi yang digunakan Cafe XYZ dari hasil wawancara dengan pihak Kafe.
2. Data keuangan perusahaan untuk pengukuran perspektif keuangan balanced scorecard.
3. Data mengenai kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan, dan pembobotan Balanced Scorecard didapatkan dari penyebaran kuesioner.

Metode Analisis Data

Sesudah mengumpulkan semua informasi yang dibutuhkan, tahap selanjutnya adalah melakukan Analisis menggunakan integrasi model BSC dan Matriks SWOT. Balanced scorecard merupakan metode yang efisien untuk memantau laporan dan analisis terhadap indikator kinerja utama untuk menetapkan aktivitas operasional yang selaras dengan strategi dan visi global perusahaan [9], [10].

Menurut [11] perspektif keuangan memberikan ukuran sebagai arahan bagaimana strategi, penerapan hingga pelaksanaannya dapat berdampak secara langsung atau tidak terhadap meningkatnya laba perusahaan. Perspektif pelanggan akan memberikan kemungkinan bagi para manajemen untuk menjelaskan strategi yang berfokus pada pelanggan dan pasar. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan akan mengidentifikasi berbagai sarana utama yang ada didalam perusahaan untuk menciptakan pertumbuhan dan meningkatkan kinerja jangka panjang.

Tabel 1. Atribut KPI

No	Indikator pengukuran kinerja (KPI)	Penelitian Terdahulu
Prespektif keuangan		
1	ROA (Return on Assets)	(N. H. Trivosa, 2019) [12]
2	Return On Equity (ROE)	(M. Sary, 2022) [13]
3	Net Profit Margin (NPM)	(H. R. Eka, S. Titik, P. Ika, 2022) [14]
4	Sales Growth (SG)	(K. K. Bain, Firli Irhamni, S. Zein, D. C. Andharini, 2018) [15]
Prespektif pelanggan		
1	Jumlah struk kasir perbulan	(D. H. Juned, 2018) [7]
2	Jumlah komplain	(W. W. Edi, 2018) [16]
3	Kepuasan pelanggan	(P. Ahmad, T. Mariana, 2018) [17]
4	Customer retention	(N. H. Trivosa, 2019) [12]
Prespektif bisnis internal		
1	Jumlah Inovasi Baru perbulan	(D. Kartika, K. S. Anton, 2015) [18]
2	Jumlah Unggahan di Media Sosial	(D. H. Juned, 2018) [7]
Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran		
1	Absence	(S. A. Yuliatin, 2016) [19]
2	Jumlah	(W. Kukuh, A. P. Nimas,

karyawan yang keluar (E. Maria, 2021) [8]

Menganalisa 4 perspektif BSC dengan masing – masing KPI dengan :

- a. Perspektif keuangan, indikator yang digunakan adalah :
 - *Return On Equity* (ROE), rentabilitas modal sendiri.

$$= \frac{\text{Pendapatan Bersih}}{\text{Jumlah Modal Disetor}} \times 100\%$$
 - *Net Profit Margin* (NPM), tingkat keuntungan suatu perusahaan dari penjualan.

$$= \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$
 - *Sales Growth* (SG), kemampuan untuk meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun.

$$= \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}} \times 100\%$$
- b. Perspektif pelanggan, indikator yang digunakan adalah :
 - Jumlah struk kasir perbulan,
 - Jumlah komplain
 - Kepuasan pelanggan, rata-rata

persentase aktual dari kuesioner kepuasan pelanggan.

- c. Perspektif proses bisnis internal, indikator yang digunakan adalah :
 - Jumlah Inovasi Baru perbulan
 - Jumlah Unggahan Promosi di Media Sosial
- d. Perspektif proses pertumbuhan dan pembelajaran) , indikator yang digunakan adalah :
 - Absence, jumlah karyawan yang tidak hadir perbulan
 - Jumlah karyawan yang keluar

[20]–[22] Matriks SWOT ini merupakan alat formulasi pengambilan keputusan untuk menetapkan strategi yang dipilih berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancamannya. Berikut ini adalah hasil dari kombinasi matrik yang diperoleh dari indikator dan dilakukan kombinasi antara faktor internal dan eksternal.

Tabel 2. Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESS (W) Faktor-faktor kelemahan internal
	OPPORTUNITIES (O) Faktor-faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Hasil dan Pembahasan

Tahap Validasi *Balance Scorecard*

[23] Untuk memvalidasi dapat menggunakan *weighted of average* (WA) dan *level of consensus* (LC). Tahapan ini dilakukan

untuk menguji kevalidan hasil konfirmasi dari responden. Responden yang digunakan adalah 3 karyawan dan 1 pemilik usaha.

Tabel 3. Tahap Validasi

No	Indikator pengukuran kinerja (KPI)	Skala Likert					Respon- den	WA	LC	Ket
		1	2	3	4	5				
Prespektif keuangan										
1	<i>ROA (Return on Assets)</i>		3	1			4	2,25	0	Tidak Valid
2	<i>Return On Equity</i> (ROE)			1	2	1	4	4	0,75	Valid
3	<i>Net Profit Margin</i> (NPM)				2	2	4	4,5	1	Valid

4	<i>Sales Growth (SG)</i>		1	3	4	4,75	1	Valid
Prespektif pelanggan								
1	Jumlah struk kasir perbulan		3	1	4	4,25	1	Valid
2	Jumlah komplain		2	2	4	4,5	1	Valid
3	Kepuasan pelanggan			4	4	5	1	Valid
4	Customer retention	1	2	1	4	2,25	0,25	Tidak Valid

Prespektif bisnis internal								
1	Jumlah Inovasi Baru perbulan		3	1	4	4,25	1	Valid
2	Jumlah Unggahan Promosi di Media Sosial		1	1	2	4,25	0,75	Valid

Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran								
1	Absence		3	1	4	4,25	1	Valid
2	Jumlah karyawan yang keluar		3	1	4	4,25	1	Valid

Dari tabel diatas diketahui bahwa terjadi penyusutan jumlah indikator kinerja dari 12 menjadi 10 indikator. Selanjutnya, kesepuluh ini akan dipakai untuk mengukur kinerja dari organisasi bisnis Cafe XYZ.

Penjelasan menggunakan prespektif *Balance Scorecard*

Hasil analisis data keempat perspektif pada *Balance Scorecard* memiliki hubungan antar

masing-masing prespektif. Penilaian kinerja menggunakan 4 (empat) perspektif *Balanced Scorecard* pada tabel dibawah ini .

Tabel 4. Perspektif Keuangan

No	Tujuan	Tolak Ukur	Mei	Juni	Juli	Target	Pencapaian Rata-rata
Prespektif Keuangan							
1.	Meningkatkan laba perusahaan	<i>Return On Equity (ROE)</i>	288%	237%	260%	100%	261,60%
2.	Menghasilkan laba bersih setelah pajak	<i>Net Profit Margin (NPM)</i>	74,19%	70,31%	72,26%	50%	72,25%
3.	Meningkatkan penjualan	<i>Sales Growth (SG)</i>	133%	17%	4%	25%	51%

Perspektif Keuangan

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Cafe XYZ dari bulan Mei 2022 sampai Juli 2022 dapat mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan, namun laba yang didapat dan penjualan

masih belum stabil dan cenderung naik turun seperti yang ada pada tabel diatas. Jadi kinerja pada perspektif keuangan menunjukkan hasil yang cukup baik.

Tabel 5. Perspektif Pelanggan

No	Tujuan	Tolak Ukur	Mei	Juni	Juli	Target	Pencapaian Rata-rata
Prespektif Pelanggan							
1.	Mengetahui jumlah kunjungan pelanggan	Jumlah Struk Kasir Perbulan	784	521	851	700	719
2.	Mengukur kualitas produk	Jumlah Komplain	1	1	0	< 2	0,7

	dan citra di mata pelanggan						
3.	Meningkatkan kepuasan pelanggan	Kepuasan Pelanggan	-	-	-	80%	89%

Perspektif Pelanggan
 Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan menjaga kualitas yang diberikan kepada pelanggan, sehingga pada bulan juli mengalami kenaikan pelanggan. Selain itu, nilai rata-rata yang diperoleh dari kepuasan pelanggan adalah 89% dan melebihi target yang telah ditetapkan.

Tabel 6. Prespektif Bisnis Internal

No	Tujuan	Tolak Ukur	Mei	Juni	Juli	Target	Pencapaian Rata-rata
Prespektif Bisnis Internal							
1.	Meningkatkan inovasi baru tiap bulan	Jumlah Inovasi Baru perbulan	1	-	2	< 2	1,5
2.	Menghasilkan <i>content</i> yang banyak sebagai promosi	Jumlah Unggahan Promosi di Media Sosial	12	10	18	25	13,3

Perspektif Proses Bisnis Internal
 Pada proses bisnis internal masih belum mencapai target yang ditentukan, Cafe XYZ masih kurang melakukan inovasi baru. Promosi di media sosial juga masih sangat sedihit dan masih cukup jauh dari target yang telah ditentukan.

Tabel 7. Prespektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

No	Tujuan	Tolak Ukur	Mei	Juni	Juli	Target	Pencapaian Rata-rata
Prespektif Pertumbuhan dan Pembelajaran							
1.	Frekuensi waktu kerja akibat karyawan tidak bekerja.	Absence	2	3	-	< 3	2,5
2.	Menggambarkan tingkat loyalitas karyawan terhadap kafe	Jumlah karyawan yang keluar	0%	33%	0%	10%	11%

Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran
 Kinerja perspektif pertumbuhan dan pembelajaran perusahaan mengalami naik turun setiap bulannya, dengan rata-rata absensi karyawan

2,5, dan jumlah karyawan yang keluar dengan rata-rata 11%. Hasil produktivitas karyawan mengalami up and down dalam perolehan hasil prosentase disetiap bulannya.

Perhitungan Matriks Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)

Perhitungan matrik IFAS adalah perhitungan guna menentukan bobot, rating dan skor dimana jumlah bobot tidak melewati jumlah 1,00, dan menghitung nilai rating masing-masing faktor dengan memberikan skala 1 (dibawah rata-rata/tidak penting) sampai dengan 5 sangat baik. Berikut adalah tabel hasil perhitungan matrik IFAS.

Tabel 8. Perhitungan Matrik Internal Strategic Factor Analisis Summary (IFAS)

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Suasana ruangan	0,075	4,10	0,31
2	Sarana akses internet (Wifi)	0,078	4,29	0,34
3	Kualitas sound system	0,089	4,86	0,43
4	Pelayanan karyawan baik	0,080	4,38	0,35
5	Harga yang ditawarkan	0,083	4,52	0,37

6	Hiburan yang disediakan (live music)	0,078	4,29	0,34
7	Fasilitas yang disediakan (musholah dan toilet)	0,078	4,24	0,33
8	Kebersihan lokasi	0,078	4,24	0,33
9	Varian minuman yang disediakan	0,067	3,67	0,25
10	Rasa minuman	0,074	4,05	0,30
Total Kekuatan		0,780		3,34

No	Kelemahan			
1	Akses lokasi (tidak adanya plakat cafe)	0,032	1,76	0,06
2	Jumlah varian makanan belum banyak	0,031	1,71	0,05
3	Lahan parkir kurang luas	0,028	1,52	0,04
4	Juru parkir tidak ada	0,044	2,38	0,10
5	Akses lokasi (tidak adanya plakat cafe)	0,038	2,10	0,08
6	Jumlah varian makanan belum banyak	0,047	2,57	0,12
Total Kekuatan		0,220		0,46
Total Faktor Internal		1,000		3,80

Perhitungan Matriks Eksternal Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)

Tabel 9. Perhitungan Matrik Eksternal Strategic Factor Analisis Summary (EFAS)

No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Letak cafe berada di tempat yang strategis	0,126	3,57	0,45
2	Berada di jalan besar	0,133	3,76	0,50
3	Berada disekitar area ramai pengunjung	0,124	3,52	0,44
4	Ketersediaan hiburan	0,146	4,14	0,61
Total Peluang		0,529		1,99
No	Ancaman			
1	Banyaknya pesaing di	0,139	3,95	0,55

2	sekitar Katoda Cafe dengan keunggulan yang berbeda – beda	0,109	3,10	0,34
3	Harga bahan baku yang tidak stabil	0,114	3,24	0,37
4	Perbedaan selera masyarakat	0,108	3,05	0,33
Total Ancaman		0,471		1,59
Total Faktor Eksternal		1,000		3,58

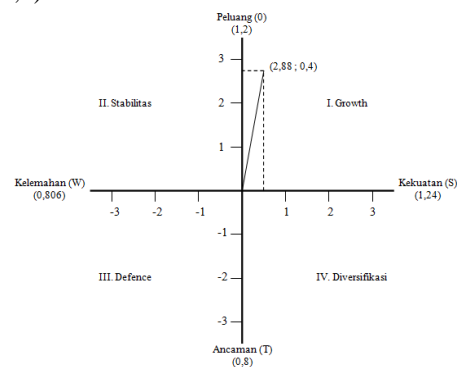
Diagram Cartesius Analisis SWOT

[24], [25] Upaya untuk memilih kuadran yang tepat perlu dihitung selisih dari subtotal faktor strengths dengan weaknesses (titik pertama) dan selisih dari subtotal faktor opportunities dengan threats (titik kedua).

Dari hasil perhitungan pada faktor–faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Diagram SWOT, dapat dilihat pada gambar 5.1.

Rumus untuk mengetahui titik koordinatnya yaitu : (x,y)
 = Koordinat analisis internal ; koordinat analisis eksternal
 = Total skor kekuatan – total skor kelemahan ; total skor peluang – total skor ancaman
 = (S – W) ; (O – T)
 = (3,34 – 0,46) ; (1,99 – 1,59)
 = 2,88 ; 0,4

Jadi, titik koordinatnya terletak pada (2,88 ; 0,4)



Gambar 2. Diagram Cartesius

Hasil analisis menempatkan bisnis pada Cafe XYZ pada kuadran I dari perhitungan titik koordinat diatas. Posisi pada Kuadran I menjelaskan bahwa bisnis pada Cafe XYZ memungkinkan untuk terus melakukan kegiatan memperbesar pertumbuhan dan perkembangan.

Penjelasan menggunakan Matriks SWOT

Alat yang digunakan untuk merumuskan usulan strategi perusahaan yaitu matriks SWOT. Nilai total dari faktor internal dan eksternal dapat

digambarkan pada diagram analisis SWOT serta rumus kombinasi matrik SWOT. Berikut ini merupakan hasil dari kombinasi matrik antara faktor internal dan eksternal.

Tabel 10. Matriks SWOT

IFAS	Strenght (S) Kekuatan S1 Suasana ruangan S2 Sarana akses internet (Wifi) S3 Kualitas sound system S4 Pelayanan karyawan baik S5 Harga yang ditawarkan S6 Hiburan yang disediakan (live music) S7 Fasilitas yang disediakan (musholah dan toilet) S8 Kebersihan lokasi S9 Varian minuman yang disediakan S10 Rasa minuman	Weakness (W) Kelemahan W1 Akses lokasi (tidak adanya plakat cafe) W2 Jumlah varian makanan belum banyak W3 Lahan parkir kurang luas W4 Juru parkir tidak ada W5 Promosi yang kurang W6 Jam buka cukup siang (13.00 – 22.00)	
EFAS	Opportunity (O) Peluang O1 Letak cafe berada di tempat yang strategis O2 Berada di jalan besar O3 Berada disekitar area ramai pengunjung O4 Ketersediaan hiburan	a. Memberikan menu unik dan menarik yang memancing pengunjung datang (S ₉ , S ₁₀ , O ₁ , O ₂ , O ₃) b. Menyajikan hiburan yang menyenangkan (S ₃ , S ₆ , O ₄)	a. Memberikan plakat/tanda untuk mempermudah pengunjung mengetahui alamat (W ₁ , O ₁) b. Menambah varian makanan (W ₂ , O ₃) c. Memperluas lahan parkir dan menambah juru parkir agar mempermudah pengunjung untuk parkir (W ₃ , W ₂ , O ₂) d. Lebih sering melakukan promosi melalui sosial media agar banyak diketahui orang terutama saat ada event live music (W ₅ , O ₄)
	Threars (T) Ancaman T1 Banyaknya pesaing di sekitar Cafe XYZ dengan keunggulan yang berbeda – beda (kompetitor) T2 Harga bahan baku yang tidak stabil T3 Perbedaan selera masyarakat T4 Tren yang semakin berkembang	a. Selalu melakukan peningkatan pada minuman yang disediakan (S ₉ , S ₁₀ , T ₂) b. Menyajikan hiburan yang menarik (S ₃ , S ₆ , T ₁) c. Mengikuti perkembangan zaman dan tren (S ₁ , S ₂ , T ₄ , T ₃)	a. Menambah menu makanan baru yang unik dan menarik lalu dipromosikan di sosial media (W ₂ , W ₅ , T ₁ , T ₂ , T ₄) b. Memperlama jam operasional (W ₆ , T ₃)

Perlu diketahui bahwa Cafe XYZ memiliki 4 strategi yang dipaparkan diatas yaitu sebagai berikut:

1. Strategi S-O (Strength-Opportunity), Strategi ini dibuat berlandaskan kekuatan yang ada di Cafe XYZ untuk memanfaatkan peluang sebagai berikut :
 - a. Memberikan menu unik dan menarik yang menarik para pengunjung baru. Seperti

- a. menyediakan ice blend dengan topping cotton candy.
- b. Menyajikan hiburan yang menyenangkan berupa live music. Hiburan yang diberikan Cafe XYZ ialah hiburan yang menyenangkan dan tidak membuat bosan.
2. Strategi W-O (Weakness-Opportunity), Strategi ini dibuat untuk meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang pada Cafe XYZ :

- a. Memberikan plakat/tanda untuk mempermudah pengunjung mengetahui alamat lokasi Cafe XYZ untuk mempermudah pengunjung lebih baik ditambahkan plakat atau tanda agar tidak bingung dengan patokannya, karena katoda cafe sudah berada ditempat yang strategis namun masih ada yang bingung mengenai lokasinya.
 - b. Menambah varian makanan. Varian makanan yang diberikan Cafe XYZ perlu ditambahkan agar lebih banyak pilihan bagi pengunjung. Sehingga tidak membuat pengunjung bosan dan bisa menjangkau banyak selera.
 - c. Memperluas lahan parkir dan menambah juru parkir. Sehingga dapat mempermudah pengunjung yang datang dan akan keluar.
 - d. Lebih sering melakukan promosi melalui sosial media terutama instagram agar banyak diketahui orang terutama saat ada event seperti saat ada live musik.
3. Strategi S-T (Strength-Threats), Strategi ini dibuat untuk mengoptimalkan kekuatan-kekuatan dari Cafe XYZ dengan mengatasi ancaman antara lain yaitu :
- a. Selalu melakukan peningkatan pada minuman yang disediakan, baik dari segi rasa dan kualitas. Dan saat ada kenaikan bahan baku bisa sedikit menaikkan harga bukan malah mengganti bahan dengan kualitas yang memburuk.
 - b. Menyediakan hiburan yang menarik
 - c. Mengikuti perkembangan zaman dan tren
4. Strategi W-T (Weakness-Threats), Strategi ini merupakan strategi yang didasarkan pada kelemahan yang dimiliki Cafe XYZ dan untuk menghindari ancaman yaitu antara lain:
- a. Menambah menu makanan baru yang unik dan menarik, seperti sosil solo atau spicy chicken wings dengan tampilan modern, lalu dipromosikan di sosial media.
 - b. Memperlama jam operasional.

Kesimpulan

Hasil riset SWOT terhadap Cafe XYZ menunjukkan bahwa arah strategis Cafe XYZ berada pada kuadran I diagram kartesius yang artinya bisnis pada Cafe XYZ memungkinkan untuk terus melakukan kegiatan memperbesar pertumbuhan dan perkembangan. Key Performance Indicators (KPI) untuk Cafe XYZ berdasarkan empat perspektif Balanced Scorecard terdiri dari 3 indikator perspektif keuangan, 3 indikator perspektif pelanggan, 2 indikator perspektif proses

internal, dan 2 indikator perspektif pertumbuhan dan pembelajaran.

Pada ada perspektif keuangan, terdapat ukuran kinerja ROE 261,60%, ukuran NPM 72,25%, dan ukuran peningkatan penjualan atau Sales Growth (SG) dengan nilai kinerja sebesar 51%. Pada perspektif pelanggan, ukuran kepuasan pelanggan memiliki ukuran jumlah struk kasir perbulan dengan nilai pencapaian 719, ukuran jumlah komplain dengan nilai 0,7 dan ukuran kepuasan pelanggan dengan nilai 89%. Pada perspektif proses bisnis internal, pengukuran berbasis jumlah inovasi baru perbulan memperoleh hasil 1,5 dan kinerja berbasis jumlah unggahan promosi di media sosial sebesar 13,3. Pada perspektif pertumbuhan dan pembelajaran, ukuran absence karyawan memiliki kinerja 2,5 dan tingkat jumlah karyawan yang keluar dengan nilai kinerja 11%

Daftar Pustaka

- [1] R. Julioe, "Café Addict": Gaya Hidup Remaja Perkotaan (Studi Kasus pada Remaja di Kota Mojokerto)," vol. 13, no. 3, pp. 1576–1580, 2017.
- [2] M. W. Atmodjo, *Bar, Minuman, dan Pelayanannya, Edisi II*. Yogyakarta: Andi, 2010.
- [3] A. Prakoso and N. Negoro, "Analisa Strategi Pemasaran Produk Kosmetik Wardah Dengan Pendekan SWOT-AHP (Analytic Hierarchy Process)," *J. Sains dan Seni ITS*, vol. 6, no. 1, pp. 62–67, 2017.
- [4] R. M. Ramadhan, "Pengukuran Kinerja Perusahaan Menggunakan Integrasi Swot-Balance Scorecard (Studi Kasus : Kopi Rolas Yogyakarta)," Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2020.
- [5] Daryono, R. P. Setyanto, Hersugondo, S. Supriyati, and S. Bakhri, "Pemetaan Dan Strategi Meningkatkan Kinerja Umkm Perkebunan Dengan Balance Scorecard," *Sustain. Compet. Advantage-9 FEB Unsoed*, vol. 9, no. 1, pp. 331–338, 2019.
- [6] Sugiyanto and Sarwani, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Peningkatan Daya Saing Serta Kualitas Produk Dengan Integrasi Swot Dan Balance Scorecard (Studi Kasus Pt. Purnamajaya Bhakti Utama)," *J. Ilm. Ilmu Manaj.*, pp. 52–67, 2020.
- [7] J. D. Hanggoro, "Usulan Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan Dengan Pendekatan Swot-Balanced Scorecard," Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018.
- [8] W. Kuku, N. A. Pratiwi, and M. Eliza, "Penerapan Balanced Scorecard Serta Analisis Swot Dalam Perancangan Strategi

- Pada Badan Usaha Milik Daerah Pt Bank X,” *J. Ilmu Manaj.*, vol. 9, no. 4, pp. 1487–1499, 2021, doi: 10.26740/jim.v9n4.p1487-1499.
- [9] I. Bostan and V. Grosu, “Contribution of Balance Scorecard Model in Efficiency of Managerial Control,” *Rom. J. Econ. Forecast.*, vol. 3, no. 22, pp. 178–199, 2011.
- [10] M. Hartati, R. R.-J. T. Industri, and undefined 2016, “Perancangan Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode Swot di CV. Sekar Sari Roti Pekanbaru,” *ejournal.uin-suska.ac.id*, vol. 2, no. 2, 2016, Accessed: Aug. 25, 2021. [Online]. Available: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jti/article/view/5100>.
- [11] Koesomowidjojo, *Balance scorecard: Model Pengukuran Kinerja Organisasi Dengan Empat Perspektif*. Jakarta: Raih Asa Sukses., 2017.
- [12] T. A. N. Haidiputri, “Penggunaan Metode Balance Scorecard dalam Pengukuran Kinerja Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Probolinggo,” *J. Manaj. Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 14–23, 2019, doi: 10.33096/jmb.v6i2.221.
- [13] M. P. Sary, “Analisis Kinerja Dengan Menggunakan Pendekatan Rasio Camel,” *J. Din. Manaj.*, vol. 5, no. 1, p. 12, 2015, doi: 10.15294/jdm.v5i1.3648.
- [14] I. P. Eka Hayati Rhomah, Titik Sunarni, “Analisis Kinerja Apotek Avicena Menggunakan Pendekatan Balanced Scorecard Dengan Analisis SWOT,” *J. Ilm. Ibnu Sina*, vol. 7, no. 2, pp. 350–359, 2022.
- [15] A. D. C. Bain Khusnul Khotimah, Firli Irhamni, Moh. Zein Saedi, “Sistem Informasi Pengukuran Kinerja Ukm Kerupuk Ikan Berbasis Sistem Manajemen Strategis Dengan Menggunakan Metode AHP Dan Balance Scorecard,” *J. Ekon. dan Bisnis*, pp. 978–979, 2018.
- [16] E. W. Wibowo, “Kajian Analisis Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Dengan Menggunakan Metode Balance Scorecard,” *J. Lentera Bisnis*, vol. 6, no. 2, p. 25, 2018, doi: 10.34127/jrlab.v6i2.188.
- [17] A. Prayudi and M. Tanjung, “Analisis Kinerja Perusahaan dengan Metode Balanced Scorecard pada PT. Ria Busana Medan,” *J. Manaj.*, vol. 4, no. 2, pp. 126–130, 2018.
- [18] K. Dewi and A. K. Surya, “Penerapan Balanced Scorecard untuk Menilai Kinerja PT XL Axiata Tbk dalam Mencapai Strateginya,” *Binus Bus. Rev.*, vol. 6, no. 2, p. 268, 2015, doi: 10.21512/bbr.v6i2.976.
- [19] Y. Ali, *Analisis Kinerja Perusahaan Dengan Metode Balanced Score Card Dan Swot*. Jakarta, 2015.
- [20] H. Setyorini, M. Effendi, and I. Santoso, “Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang),” *Ind. J. Teknol. dan Manaj. Agroindustri*, vol. 5, no. 1, pp. 46–53, 2016, doi: 10.21776/ub.industria.2016.005.01.6.
- [21] A. Rinaldi, N. Rahmadani, P. Papilo, S. Silvia, and M. Rizki, “Analisa Pengambilan Keputusan Pemilihan Bahan Dalam Pembuatan Kemeja Menggunakan Metode TOPSIS,” *SITEKIN J. Sains, Teknol. dan Ind.*, vol. 18, no. 2, pp. 163–172, 2021, Accessed: Jun. 05, 2022. [Online]. Available: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin/article/view/12862>.
- [22] E. E. G. Permata *et al.*, “Analisa Strategi Pemasaran Dengan Metode BCG (Boston Consulting Group) dan Swot,” *SITEKIN J. Sains, Teknol. dan Ind.*, vol. 17, no. 2, pp. 92–100, 2020, Accessed: Aug. 25, 2021. [Online]. Available: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin/article/view/12329>.
- [23] E. B. Leksono, *Pengukuran Kinerja (model-model populer dan implementasi sederhananya)*, vol. X. Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2020.
- [24] P. Anggraeni, S. Sunarti, and M. K. Mawardi, “Analisis SWOT pada UMKM Keripik Tempe Amel Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan,” *J. Adm. Bisnis*, vol. 43, no. 1, pp. 104–113, 2017.
- [25] M. H. Alim and S. Suseno, “Analisa Persediaan Bahan Baku Menggunakan Metode Continuous Review System dan Periodic Review System di PT XYZ,” *J. Teknol. dan Manaj. Ind. Terap.*, vol. 1, no. III, pp. 163–172, 2022.