

ANALISIS SWOT IFAS DAN EFAS DALAM MENENTUKAN STRATEGI BISNIS USAHA MIKRO KEDAI KOPI PHAD

Marcelinus Arya Gustiarsa
Ekonomi Pembangunan/Bisnis Internasional
Dr. Dra.ec. Hj. Made Siti Sundari, M.Si.
Olivia Tanaya, S.E., M.B.A.

ABSTRAK

Usaha mikro merupakan salah satu penunjang perekonomian negara Indonesia. Dengan adanya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah ini begitu banyak peluang lapangan pekerjaan yang dapat terbuka. Penelitian ini merupakan penelitian yang ditujukan untuk memilih strategi bisnis apa yang perlu dilakukan oleh usaha mikro PHAD. Subjek penelitian ini adalah usaha mikro PHAD yang merupakan sebuah unit usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang berbentuk kedai kopi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif. Dalam pengerjaannya, metode yang digunakan dalam pengerjaan penelitian ini adalah metode SWOT IFAS-EFAS. Pengambilan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara, observasi, dan juga dokumentasi langsung di lapangan. Pengambilan data dalam penelitian ini juga lebih di fokuskan pada kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman apa saja yang dihadapi oleh kedai kopi PHAD. Target populasi yang diwawancarai adalah orang-orang yang berhubungan langsung dengan kedai kopi PHAD seperti pemilik, karyawan, dan pelanggan tetap. Hasil dari penelitian yang dilakukan ditujukan untuk dapat membantu kedai kopi PHAD menentukan strategi bisnis yang akan digunakan sehubungan dengan di mana kedai kopi PHAD berada. Dan hasil yang didapatkan adalah kedai kopi PHAD berada pada posisi yang menguntungkan dengan lebih dominan pada kekuatan dan juga kesempatan yang dimiliki.

Kata kunci: Usaha Mikro, SWOT, IFAS, EFAS, Strategi Bisnis.

SWOT IFAS AND EFAS ANALYSIS IN DETERMINING THE BUSINESS STRATEGY OF MICRO ENTERPRISE PHAD COFFEE SHOP

Marcelinus Arya Gustiarsa
Economics Development/International Business
Dr. Dra.ec. Hj. Made Siti Sundari, M.Si.
Olivia Tanaya, S.E., M.B.A.

ABSTRACT

micro enterprise are one of the pillars of the Indonesian economy. With the existence of Micro, Small and Medium Enterprises, there are so many job opportunities that can be opened. This research is a research that aimed at choosing what business strategies need to be carried out by PHAD coffee shop. The subject of this research is PHAD micro enterprise which is a business unit engaged in the food and beverage sector in the form of a coffee shop. This study uses an interpretive qualitative approach. In the process, the method used in this research is the IFAS-EFAS SWOT method. Data collection was done by conducting interviews, observations, and also direct documentation in the field. Data collection in this study is also more focused on the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by PHAD coffee shops. The target population interviewed are people who have direct contact with PHAD coffee shops such as owners, employees, and regular customers. The results of the research conducted are intended to help the PHAD coffee shop determine the business strategy that will be used in relation to where the PHAD coffee shop is located. And the result is that the PHAD coffee shop is in a favorable position by being more dominant in its strengths and opportunities.

Keywords: Mirco Enterprises, SWOT, IFAS, EFAS, Business Strategy.