



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 841-849

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Perumusan Strategi Usaha Angkringan Tepi Pantai Jembrana (Menggunakan IFE, EFE, IE, dan SWOT)

Syakila Tifani¹, Made Putri Ariasih²

^{1,2}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha

¹svakila@student.undiksha.ac.id, ²mariasih@undiksha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan usaha pada Angkringan Tepi Pantai Jembrana, yang beroperasi di Desa Candikusuma, Kecamatan Melaya, Kota Negara. Usaha ini bergerak di bidang kuliner dengan konsep sederhana yang mengandalkan daya tarik suasana tepi pantai sebagai keunggulan utamanya. Alat analisis yang diaplikasikan mencakup Matriks IFE, EFE, IE, serta SWOT guna memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi internal maupun eksternal usaha. Riset ini menggunakan pendekatan kualitatif berjenis deskriptif, di mana proses pengambilan data dikerjakan melalui teknik wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan usaha, serta observasi langsung terhadap kegiatan operasional di lapangan. Temuan penelitian memperlihatkan perolehan nilai Matriks IFE di angka 2,77 dan EFE di angka 2,44. Angka tersebut mengindikasikan bahwa keadaan internal usaha sudah tergolong baik, dengan kekuatan utama pada lokasi strategis di tepi pantai, harga produk yang terjangkau, serta fleksibilitas jam operasional. Sementara itu, kapasitas usaha dalam menyikapi lingkungan eksternal berada pada level sedang, di mana peluang terbesar bersumber dari tingginya minat masyarakat terhadap kuliner sederhana dan meningkatnya kunjungan wisatawan ke kawasan pantai. Merujuk pada Matriks IE, kedudukan bisnis ini terletak di kuadran V dengan kategori "Hold and Maintain". Posisi ini mencerminkan kondisi usaha yang stabil namun masih membutuhkan penguatan agar mampu bersaing lebih kompetitif. Dengan demikian, langkah strategis yang paling cocok diterapkan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Terakhir, berdasarkan evaluasi SWOT, telah dirumuskan sebanyak 10 pilihan strategi alternatif bagi Angkringan Tepi Pantai Jembrana yang dapat dijadikan acuan dalam meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha ke depan.

Kata kunci: Angkringan Tepi Pantai Jembrana, Bisnis Kuliner, Matriks IFE dan EFE, Matriks IE, SWOT

1. Latar Belakang

Industri kuliner di Indonesia terus menunjukkan potensi pertumbuhan yang signifikan, UMKM kuliner berkaitan langsung dengan kebutuhan dasar masyarakat dan juga mencerminkan kekayaan tradisi dan identitas budaya lokal Indonesia (Yuliani et al., 2026). Menurut LINKUMKM (2026) tren kuliner yang viral sepanjang tahun 2025 dapat memberikan dorongan yang signifikan untuk meningkatkan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor makanan dan minuman. Para konsumen juga mengalami perubahan perilaku konsumsi yang mana hal tersebut dipengaruhi oleh media sosial dan layanan digital yang mendorong permintaan produk kuliner yang praktis, mudah diakses dan memiliki daya tarik visual (LINKUMKM, 2026). Industri makanan dan minuman adalah sektor yang paling dimanis di Bali. Setiap bulan banyak kafe maupun restoran yang dibuka di area populer. Maka hal tersebut menyebabkan persaingan usaha kuliner menjadi sangat ketat dan menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi secara berkelanjutan agar terus memenuhi kepuasan pelanggannya dan bahkan menarik pelanggan baru (Rossel, J. 2026). Bali yang merupakan destinasi wisata internasional menjadikan sektor kuliner menjadi bagian penting untuk mendukung perekonomian daerah (LBS.id, 2023).

Salah satu usaha kuliner yang berkembang di kawasan pesisir Kabupaten Jembrana tepatnya di Desa Candikusuma adalah Angkringan Tepi Pantai Jembrana. Usaha ini menyediakan konsep kuliner yang sederhana dengan harga yang terjangkau serta suasana santai di tepi pantai yang menjadi daya tarik bagi para konsumen. Kunjungan wisatawan terus meningkat dan minat masyarakat terhadap kuliner juga tinggi, maka usaha ini memiliki peluang yang cukup besar untuk terus berkembang. Meskipun demikian, bisnis ini tetap berhadapan dengan sejumlah kendala. Beberapa di antaranya meliputi pemasaran secara digital yang belum optimal, ketatnya rivalitas antarpesaing, serta naik-turunnya harga bahan pokok. Oleh sebab itu, dibutuhkan sebuah penyusunan strategi yang presisi agar usaha mampu memaksimalkan peluang yang tersedia sembari menangkal berbagai ancaman yang berpotensi muncul. Terkait hal tersebut, pengkajian terhadap aspek internal dan eksternal sangat esensial

dijalankan guna memotret keadaan usaha secara utuh. Untuk mendeteksi indikator-indikator krusial yang berdampak pada bisnis, diaplikasikanlah Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) beserta *External Factor Evaluation* (EFE). Tahapan berikutnya adalah mengevaluasi kedudukan strategis usaha lewat Matriks IE (*Internal-External*), yang kemudian diakhiri dengan perancangan kebijakan manajerial menggunakan metode SWOT (Rangkuti, 2016). Berpijak pada uraian latar belakang di atas, maka studi ini dilaksanakan dengan mengangkat judul "Reformulasi Strategi Usaha Angkringan Tepi Pantai Jembrana (Menggunakan IFE, EFE, IE dan SWOT)".

1. Kajian Literatur

Strategi

Strategi merupakan sekumpulan keputusan dan langkah taktis yang dirancang untuk mewujudkan tujuan tertentu. Keberadaan strategi bersifat dinamis dan tidak berdiri sendiri, melainkan saling berinteraksi dengan kondisi internal maupun eksternal, serta berbagai tingkatan operasional di dalam sebuah perusahaan (Ratna, 2022: 4). Strategi juga dimaknai sebagai suatu rancangan manuver komprehensif yang melibatkan seluruh elemen organisasi, baik yang kasat mata maupun yang tidak (Fridiyanto, 2019: 17). Dalam praktiknya untuk mencapai target jangka panjang, strategi merupakan tindakan krusial yang membutuhkan keputusan dari manajemen tingkat atas serta pengalokasian sumber daya yang masif (Herry, 2018: 11). Bentuk penerapan dari strategi ini sangat beragam, mulai dari upaya perluasan usaha, diversifikasi, akuisisi, inovasi produk, penetrasi pasar, hingga tindakan seperti pelepasan aset (divestasi) dan likuidasi.

Manajemen Strategi

Menurut Ratna (2022: 5-6), manajemen strategik dapat dipahami sebagai gabungan antara unsur keilmuan dan seni dalam tahapan menyusun, menjalankan, hingga menilai berbagai kebijakan fungsional demi meraih tujuan sebuah organisasi. Pandangan yang selaras juga diungkapkan oleh Freeman (1995: 52), yang mengartikan konsep ini sebagai sekumpulan langkah dan keputusan untuk melahirkan strategi yang tepat guna dalam mengejar target bisnis. Pada praktiknya, penerapan manajemen strategik sangat berpusat pada pengkajian lingkungan secara utuh. Pendekatan ini menyoroti upaya untuk memetakan potensi ancaman dan peluang dari luar (*eksternal*), yang kemudian diselaraskan dengan evaluasi mengenai kelemahan serta keunggulan yang ada di dalam perusahaan (*internal*). Sebagai sebuah sistem, keseluruhan alur ini ditopang oleh empat tahapan dasar, yaitu pengamatan lingkungan, perumusan strategi, penerapan di lapangan, hingga proses pengawasan dan evaluasi (Isnati & Fajriansyah, 2019: 4).

Perumusan Strategi

Merujuk pada David dan David (2016: 169) yang dikutip dalam Audia et al. (2023), metode penyusunan strategi diformulasikan melalui tiga fase utama dalam sebuah kerangka pengambilan keputusan. Konsep komprehensif ini bertujuan untuk memfasilitasi perusahaan dari berbagai skala maupun jenis dalam mengenali, mengkaji, serta memutuskan langkah manajerial yang paling ideal. Secara sistematis, skema analitis tersebut terdiri atas:

1. **Tahap Masukan (*Input Stage*)** Fase permulaan ini dititikberatkan pada proses penghimpunan data-data fundamental. Instrumen utama yang diaplikasikan mencakup Matriks Profil Kompetitif (CPM), Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), serta Matriks *External Factor Evaluation* (EFE). Keseluruhan informasi yang diekstraksi dari ketiga perangkat tersebut akan difungsikan sebagai fondasi dasar sebelum peneliti atau manajemen beralih menuju fase penyelarasan hingga tahap penentuan keputusan (David & David, 2016: 170).
2. **Tahap Penyelarasan (*Matching Stage*)** Pada langkah kedua ini, dilakukan sinkronisasi antara kapasitas serta sumber daya dari dalam entitas bisnis dengan potensi peluang maupun ancaman yang muncul dari lingkungan eksternal. Guna merealisasikan pemetaan tersebut, terdapat sederet perangkat analisis yang dapat dioperasikan, mulai dari Matriks *Grand Strategy*, Matriks *Internal-External* (IE), Matriks *Boston Consulting Group* (BCG), Matriks *Strategic Position and Action Evaluation* (SPACE), hingga Matriks SWOT (David & David, 2016: 170).

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

Matriks EFE dan IFE digunakan sebagai alat untuk membandingkan berbagai faktor yang dimiliki perusahaan berdasarkan tingkat pengaruhnya terhadap kinerja organisasi (Lainatussifa et al., 2018 dalam Safitri et al., 2023). Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) merupakan instrumen dalam perumusan strategi yang berfungsi untuk menilai kondisi internal perusahaan, khususnya dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki (David & David, 2016). Melalui matriks ini, perusahaan dapat memahami sejauh mana faktor internal mendukung atau justru menghambat pencapaian tujuan. Di sisi lain, Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) digunakan untuk mengevaluasi faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan (David & David, 2016). Analisis ini menitikberatkan pada kondisi lingkungan di luar kendali perusahaan dengan mengkaji

berbagai tren dan dinamika eksternal. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi peluang yang berpotensi memberikan keuntungan serta mengenali ancaman yang perlu diantisipasi atau diminimalkan dampaknya (Ibnu et al., 2024).

Matriks *Internal External (IE)* dan *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT)*

Untuk memetakan kedudukan suatu organisasi sekaligus merancang kebijakan utama yang paling relevan, digunakanlah Matriks IE yang merupakan hasil perpaduan antara evaluasi faktor internal (IFE) dan eksternal (EFE) (Putri, 2023). Berdasarkan penjabaran David dan David (2016: 181), matriks ini terbagi menjadi sembilan kuadran. Apabila perusahaan berada di kuadran I, II, atau IV, fase yang dialami adalah "tumbuh dan bina", di mana pendekatan integratif maupun intensif menjadi pilihan terbaik. Selanjutnya, jika organisasi menempati kuadran III, V, dan VII, fokus utamanya adalah "pertahankan dan pelihara" melalui upaya inovasi produk serta penetrasi pasar. Di sisi lain, kedudukan pada kuadran VI, VIII, beserta IX merekomendasikan penerapan langkah panen ataupun divestasi. Lebih lanjut berkaitan dengan perumusan arah pengembangan bisnis, Baba et al. (2019: 120) menerangkan peranan Matriks SWOT yang mengkaji elemen riil dari lingkungan luar dan dalam perusahaan. Instrumen manajerial ini memfasilitasi pembentukan empat opsi tindakan strategis: pemanfaatan kekuatan untuk peluang (SO), perbaikan kelemahan demi meraih peluang (WO), penggunaan kekuatan guna menghalau ancaman (ST), serta meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman (WT). Kesimpulannya, pemanfaatan evaluasi SWOT memungkinkan para praktisi bisnis untuk memformulasikan taktik yang jauh lebih aplikatif, realistis, serta sejalan dengan dinamika situasi di lapangan (Ardana & Suyanto, 2025).

Bisnis Kuliner

Bisnis kuliner merupakan salah satu sektor usaha yang berfokus pada kegiatan produksi, distribusi, serta penjualan makanan dan minuman. Industri ini mencakup berbagai bentuk usaha, seperti restoran, kafe, warung, jasa catering, hingga *food truck* (Nasution et al., 2024). Dalam industri jasa, khususnya kuliner, tingkat kepuasan konsumen sangat ditentukan oleh kualitas produk yang ditawarkan, mutu pelayanan, serta nilai yang dirasakan oleh pelanggan (Kotler & Keller, 2009). Oleh karena itu, bisnis kuliner dinilai memiliki prospek yang cukup menjanjikan, mengingat berkaitan langsung dengan pemenuhan kebutuhan dasar manusia (Sukril & Arisandi, 2017).

3. Metode Penelitian

Metode kualitatif berdesain deskriptif diaplikasikan dalam studi ini untuk meneliti entitas bisnis kuliner Angkringan Tepi Pantai Jembrana yang beroperasi di kawasan Desa Candikusuma, Kecamatan Melaya, Kota Negara. Pendekatan ini digunakan karena terbukti efisien dalam memotret dan mengkaji fenomena nyata di lapangan secara komprehensif langsung dari perspektif subjek bisnis (Efferin et al., 2004). Riset ini bertujuan merancang rumusan kebijakan strategis yang paling optimal bagi restoran tersebut. Hal ini dicapai dengan membedah kondisi internal dan eksternal perusahaan memanfaatkan empat instrumen utama: Matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)*, *External Factor Evaluation (EFE)*, *Internal-External (IE)*, serta matriks SWOT. Pengumpulan informasi dalam studi ini bersumber dari dua jenis data, yakni primer dan sekunder. Sumber primer didapatkan melalui pengamatan langsung (*observasi*) terhadap rutinitas operasional bisnis sehari-hari, serta ditunjang oleh sesi wawancara mendalam dengan pemilik angkringan. Sementara itu, bahan sekunder disarikan dari tinjauan dokumen internal, yang meliputi catatan omzet penjualan, pembukuan keuangan sederhana, hingga rekam jejak publikasi pada platform media sosial bisnis tersebut. Terkait penetapan narasumber, peneliti mengadopsi prosedur *purposive sampling*. Teknik ini menyeleksi informan secara spesifik berdasarkan kapasitas dan wawasan mereka mengenai jalannya usaha, seperti perintis bisnis, staf utama, hingga konsumen setia (Moleong, 2017). Tahapan evaluasi data dikerjakan melalui serangkaian proses sistematis. Langkah awal difokuskan pada pemetaan Matriks IFE guna merinci aspek kelemahan serta keunggulan dari dalam tubuh organisasi. Fase kedua beralih pada pendeteksian potensi ancaman maupun peluang dari faktor luar melalui penerapan Matriks EFE. Kemudian, akumulasi nilai dari kedua instrumen sebelumnya diintegrasikan ke dalam skema Matriks IE untuk melihat titik koordinat posisi strategis usaha. Sebagai langkah pemungkas, matriks SWOT dikerahkan demi memformulasikan ragam alternatif strategi bisnis yang paling luwes dan sanggup beradaptasi dengan fluktuasi pasar (Rangkuti, 2016).

4. Hasil dan Diskusi

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Faktor internal dari usaha Angkringan Tepi Pantai Jembrana, dilihat berdasarkan 4 aspek yaitu, aspek sumber daya usaha, aspek pemasaran, aspek keuangan dan aspek produksi Selanjutnya, faktor internal tersebut akan dikelompokkan menjadi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*)

Tabel 1. Identifikasi Faktor Internal Angkringan Tepi Pantai Jembrana

Aspek	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Daya Usaha	<ol style="list-style-type: none"> Lokasi usaha berada di tepi pantai yang memiliki daya tarik alam dan suasana khas Jam operasional fleksibel 	<ol style="list-style-type: none"> Tenaga kerja terbatas saat kondisi ramai
Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> Lokasi strategis memudahkan promosi dari mulut ke mulut Harga produk terjangkau 	<ol style="list-style-type: none"> Belum memiliki media sosial sebagai sarana promosi
Keuangan	<ol style="list-style-type: none"> Keuangan usaha sudah dipisahkan dari keuangan pribadi 	<ol style="list-style-type: none"> Pencatatan keuangan masih sederhana Adanya biaya sewa tempat yang menambah beban operasional usaha
Produksi		<ol style="list-style-type: none"> Inovasi produk belum dilakukan secara berkala

Sumber: Data Diolah (2026)

Faktor eksternal pada usaha Angkringan Tepi Pantai Jembrana dianalisis berdasarkan enam aspek utama, yaitu persaingan, pemasok, pelanggan, teknologi, sosial budaya, dan ekonomi. Keenam aspek tersebut selanjutnya diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yakni peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), sebagai berikut:

Tabel 2. Identifikasi Faktor Eksternal Angkringan Tepi Pantai Jembrana

Aspek	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
Persaingan	<ol style="list-style-type: none"> Minat masyarakat terhadap usaha kuliner sederhana masih tinggi 	<ol style="list-style-type: none"> Adanya usaha kuliner sejenis di sekitar lokasi pantai
Pemasok	<ol style="list-style-type: none"> Adanya pilihan pemasok sehingga bisa membandingkan harga 	<ol style="list-style-type: none"> Kualitas bahan baku tidak konsisten
Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> Pelanggan tertarik dengan tempat makan dengan suasana santai dan terbuka Kunjungan wisatawan ke pantai cukup tinggi 	
Teknologi		<ol style="list-style-type: none"> Keterbatasan kemampuan pemilik dalam pemanfaatan teknologi digital
Sosial Budaya		<ol style="list-style-type: none"> Penurunan aktivitas masyarakat pada waktu tertentu
Ekonomi		<ol style="list-style-type: none"> Kenaikan harga bahan baku akibat kondisi ekonomi

Sumber: Data diolah (2026)

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) disusun sebagai tahap awal untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal yang memiliki peran signifikan dalam perumusan strategi usaha, dalam penelitian ini yaitu Angkringan Tepi Pantai Jembrana sebagai usaha kuliner di Bali. Berdasarkan hasil pembobotan dan penilaian dilakukan

bersama pemilik usaha yaitu, Rissa Maulida, maka Matriks IFE Angkringan Tepi Pantai Jembrana dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 3. Matriks IFE Angkringan Tepi Pantai Jembrana

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Total
Strengths/Kekuatan				
1	Lokasi usaha berada di tepi pantai yang memiliki daya tarik alam dan suasana khas	0,14	4	0,56
2	Jam operasional fleksibel	0,12	3	0,36
3	Lokasi strategis memudahkan promosi dari mulut ke mulut	0,10	3	0,30
4	Harga produk terjangkau	0,12	4	0,48
5	Keuangan usaha sudah dipisahkan dari keuangan pribadi	0,10	4	0,40
Weaknesses/Kelemahan				
1	Tenaga kerja terbatas saat kondisi ramai	0,10	2	0,20
2	Belum memiliki media sosial sebagai sarana promosi	0,10	1	0,10
3	Pencatatan keuangan masih sederhana	0,08	2	0,16
4	Adanya biaya sewa tempat yang menambah beban operasional usaha	0,07	2	0,14
5	Inovasi produk belum dilakukan secara berkala	0,07	1	0,07
Total				2,77

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Matriks IFE yang dipaparkan pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa faktor-faktor internal Angkringan Tepi Pantai Jembrana memperoleh total skor sebesar 2,77. Nilai ini menunjukkan bahwa kondisi internal usaha berada pada posisi yang cukup kuat, sehingga usaha mempunyai kemampuan untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi berbagai kelemahan, baik itu dari aspek operasional maupun pengembangan usaha. Kekuatan utama usaha ada pada lokasi yang terletak di tepi pantai dengan daya tarik suasana alam dan suasana khas yang memperoleh skor tertinggi sebesar 0,56. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi menjadi faktor utama untuk menarik minat konsumen, khususnya bagi pengunjung yang mencari pengalaman kuliner dengan suasana santai dan terbuka. Kekuatan ini juga didukung oleh harga produk yang terjangkau serta jam operasional yang fleksibel agar mampu menjangkau berbagai segmen pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha. Di sisi lain, kelemahan utama yang dihadapi oleh usaha Angkringan Tepi Pantai Jembrana adalah belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, yang memperoleh skor sebesar 0,10. Keterbatasan ini dapat menghambat perluasan jangkauan pasar. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya peningkatan strategi promosi, khususnya melalui media digital agar usaha dapat lebih dikenal dan mampu bersaing dengan usaha sejenis di sekitar lokasi.

Matriks External Factor Evaluation (EFE)

Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang mempunyai peran penting untuk menetapkan strategi usaha, yang mencakup aspek persaingan, pemasok, pelanggan, perkembangan teknologi, kondisi sosial budaya, serta ekonomi. Berdasarkan hasil pembobotan dan penilaian yang dilakukan bersama pemilik, disusun Matriks EFE Angkringan Tepi Pantai Jembrana dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 4. Matriks EFE Angkringan Tepi Pantai Jembrana

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Total
Opportunities/Peluang				
1	Minat masyarakat terhadap usaha kuliner sederhana masih tinggi	0,15	3	0,45
2	Adanya pilihan pemasok sehingga bisa membandingkan harga	0,09	4	0,36

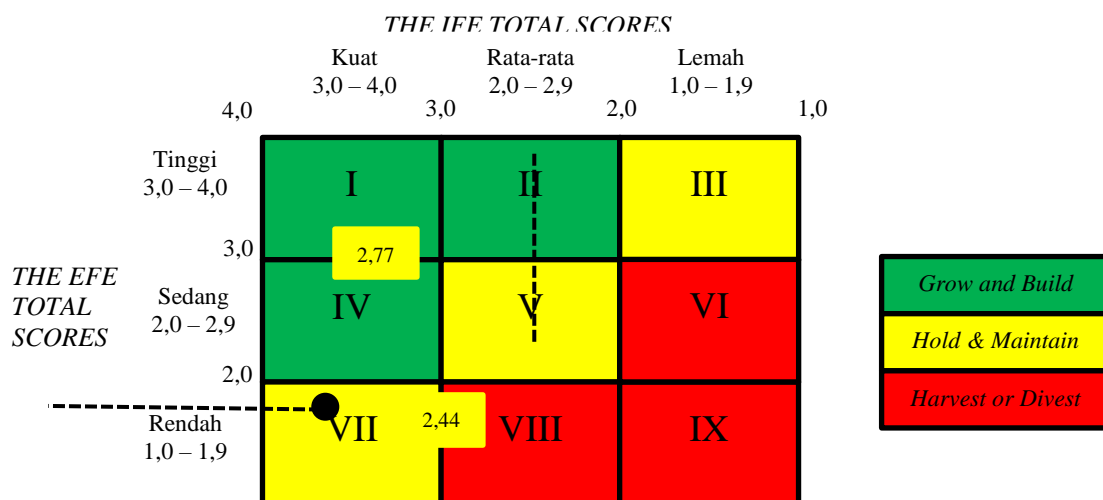
3	Pelanggan tertarik dengan tempat makan dengan suasana santai dan terbuka	0,13	3	0,39
4	Kunjungan wisatawan ke pantai cukup tinggi	0,10	4	0,40
Threats/Ancaman				
1	Adanya usaha kuliner sejenis di sekitar lokasi pantai	0,12	1	0,12
2	Kualitas bahan baku tidak konsisten	0,11	2	0,22
3	Keterbatasan kemampuan pemilik dalam pemanfaatan teknologi digital	0,10	1	0,10
4	Penurunan aktivitas masyarakat pada waktu tertentu	0,09	2	0,18
5	Kenaikan harga bahan baku akibat kondisi ekonomi	0,11	2	0,22
Total				2,44

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Matriks EFE pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa faktor-faktor eksternal yang memengaruhi Angkringan Tepi Pantai Jembrana memperoleh total skor sebesar 2,44. Nilai ini menunjukkan bahwa usaha mempunyai kemampuan yang berada pada kategori sedang dalam hal merespons peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Oleh karena itu, usaha sudah mampu memanfaatkan sebagian peluang yang ada, tetapi masih memerlukan peningkatan akan kemampuan adaptasi terhadap dinamika lingkungan eksternal agar tetap kompetitif dan berkelanjutan. Tingginya minat masyarakat terhadap kuliner sederhana merupakan peluang yang memberikan kontribusi terbesar, yaitu sebesar 0,45. Hal ini menunjukkan bahwa konsep angkringan yang menawarkan makanan sederhana dengan harga yang terjangkau masih diminati oleh berbagai kalangan dan itu bisa berpotensi untuk menarik konsumen. Sementara itu, ancaman utama yang dihadapi adalah ketidakstabilan kualitas bahan bakudan kenaikan harga bahan baku akibat kondisi ekonomi, yang mana masing-masing memperoleh skor sebesar 0,22. Kondisi ini dapat memengaruhi kualitas produk dan biaya operasional usaha, maka perlu dikelola dengan baik agar tidak menurunkan kepuasan pelanggan. dengan demikian, usaha perlu memanfaatkan peluang yang ada dan melakukan pengelolaan ancaman dengan tepat agar dapat menjaga keberlangsungan dan daya saing Angkringan Tepi Pantai Jembrana.

Matriks *Internal External* (IE)

Sebagai tahap evaluasi lanjutan, Matriks *Internal-External* (IE) diaplikasikan guna mengidentifikasi kedudukan strategis bisnis yang merujuk pada akumulasi poin dari instrumen IFE dan EFE. Pemetaan dalam matriks ini disusun dengan menjadikan nilai IFE sebagai titik di sumbu X, sementara nilai EFE diposisikan pada sumbu Y. Mengacu pada kalkulasi faktor dari dalam maupun luar lingkungan perusahaan yang telah dilakukan, tercatat bahwa total skor IFE mencapai 2,77 dan skor EFE berada pada angka 2,44. Berdasarkan perolehan nilai tersebut, titik koordinat usaha ini dalam skema Matriks IE dapat dicermati melalui gambar berikut:



Gambar 1. Matriks IE

Sumber: E-Book Pemasaran Strategik yang dimodifikasi penulis

Pada Gambar 1, dapat dilihat bahwa usaha Angkringan Tepi Pantai Jembrana berada pada kuadran V dalam Matriks IE, yaitu posisi “ditahan dan dijaga” (*Hold and Maintain*). Usaha berada pada posisi yang stabil, tidak terlalu kuat dan tidak terlalu lemah. Posisi ini menjelaskan bahwa kondisi internal usaha berada pada tingkat sedang hingga kuat dengan skor IFE sebesar 2,77, sedangkan kemampuan usaha dalam merespon lingkungan eksternalnya juga berada pada tingkat sedang dengan skor EFE sebesar 2,44, maka dari itu dua strategi yang sesuai adalah:

1. Penetrasi pasar dapat dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan memperluas pangsa pasar melalui kegiatan promosi yang lebih aktif dan terarah. Strategi ini didukung oleh kekuatan internal Angkringan Tepi Pantai Jembrana, salah satu kekuatannya adalah lokasi usaha yang berada pada tepi pantai yang memiliki daya tarik suasana alam serta produk dengan harga terjangkau yang dapat menarik berbagai segmen konsumen. Dalam kondisi eksternal, dilihat dari kondisi eksternal, terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan, yakni minat masyarakat terhadap kuliner sederhana yang masih tinggi, meningkatnya kunjungan wisatawan ke kawasan pantai, dan ketertarikan pelanggan terhadap tempat makan dengan suasana santai dan terbuka. Maka dari itu, strategi penetrasi pasar harus difokuskan pada penguatan promosi, khususnya melalui media digital. Promosi bisa dikembangkan melalui konten *storytelling* yang menceritakan mengenai suasana khas Angkringan Tepi Pantai Jembrana, pengalaman pengunjung, dan suasana malam hari yang menjadi daya tarik utama. Testimoni dari para pelanggan juga dapat digunakan agar bisa meningkatkan kepercayaan konsumen. Kerja sama dengan pelaku wisata dan promosi dari mulut ke mulut juga dapat diperkuat karena didukung oleh lokasi usaha yang strategis. Strategi ini juga ditunjukkan untuk mengurangi dampak dari ancaman seperti adanya usaha kuliner sejenis di sekitar lokasi pantai dan keterbatasan usaha dalam memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu, Angkringan Tepi Pantai Jembrana harus mulai mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi agar dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar.
2. Sedangkan untuk strategi pengembangan produk diarahkan untuk meningkatkan variasi menu serta kualitas produk agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Strategi ini didukung oleh kekuatan internal seperti harga produk yang terjangkau, lokasi usaha yang menarik, dan pengelolaan keuangan usaha yang sudah dipisahkan dari keuangan pribadi. Dari sisi eksternal, peluang dari usaha ini merupakan tingginya minat masyarakat terhadap kuliner sederhana juga tingginya kunjungan wisatawan ke pantai dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan produk yang lebih variatif. Pengembangan dapat dilakukan dengan melakukan variasi menu angkringan agar lebih beragam, penyesuaian menu untuk wisatawan, dan melakukan penyajian dengan lebih menarik tanpa menghilangkan konsep sederhana khas angkringan. Selain itu, inovasi produk juga perlu diarahkan pada konsistensi kualitas bahan baku untuk mengurangi ancaman berupa ketidakstabilan kualitas bahan. Perlu juga dilakukan evaluasi produk melalui umpan balik pelanggan baik secara langsung ataupun digital untuk menyesuaikan dengan selera pasar. Dengan penerapan strategi pengembangan produk ini secara berkelanjutan, Angkringan Tepi Pantai Jembrana diharapkan mampu memanfaatkan peluang yang ada memperbaiki kelemahan internal, dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan pada usaha kuliner sekitar.

Strategi SWOT

INTERNAL	STRENGTHS	WEAKNESSES
EKSTERNAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi usaha berada di tepi pantai yang memiliki daya tarik alam dan suasana khas 2. Jam operasional fleksibel 3. Lokasi strategis memudahkan promosi dari mulut ke mulut 4. Harga produk terjangkau 5. Keuangan usaha sudah dipisahkan dari keuangan pribadi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tenaga kerja terbatas saat kondisi ramai 2. Belum memiliki media sosial sebagai sarana promosi 3. Pencatatan keuangan masih sederhana 4. Adanya biaya sewa tempat yang menambah beban operasional usaha 5. Inovasi produk belum dilakukan secara berkala

OPPORTUNITIES	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat masyarakat terhadap usaha kuliner sederhana masih tinggi 2. Adanya pilihan pemasok sehingga bisa membandingkan harga 3. Pelanggan tertarik dengan tempat makan dengan suasana santai dan terbuka 4. Kunjungan wisatawan ke pantai cukup tinggi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan lokasi strategis tepi pantai dan fleksibilitas jam operasional untuk meningkatkan kunjungan serta promosi dan memenuhi tingginya minat kuliner (S1, S2, S3, O1, O4) 2. Memanfaatkan harga terjangkau dan pengelolaan keuangan yang terpisah untuk memilih pemasok kompetitif (S4, S5, O2) 3. Mengoptimalkan lokasi tepi pantai untuk menciptakan suasana makan santai (S1,O3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan minat masyarakat dan kunjungan wisatawan untuk mendorong promosi melalui media sosial dan mengoptimalkan pengelolaan tenaga kerja (W1,W2, O1, O4) 2. Memanfaatkan pilihan pemasok untuk menekan biaya operasional akibat beban sewa tempat (W4, O2) 3. Memanfaatkan ketertarikan pelanggan dan permintaan pasar untuk inovasi produk dan memperbaiki pencatatan keuangan (W3, W5, O1, O3)
THREATS	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya usaha kuliner sejenis di sekitar lokasi pantai 2. Kualitas bahan baku tidak konsisten 3. Keterbatasan kemampuan pemilik dalam pemanfaatan teknologi digital 4. Penurunan aktivitas masyarakat pada waktu tertentu 5. Kenaikan harga bahan baku akibat kondisi ekonomi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan lokasi strategis di tepi pantai dan fleksibilitas jam untuk menghadapi persaingan dan mengatasi penurunan aktivitas masyarakat (S1, S2, S3, T1, T4) 2. Memanfaatkan harga terjangkau dan pengelolaan keuangan untuk menjaga kualitas bahan baku dan menghadapi kenaikan harga dan keterbatasan teknologi (S4, S5, T2, T3, T5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan efisiensi tenaga dan promosi digital untuk menghadapi persaingan, fluktuasi pengunjung dan keterbatasan teknologi (W1, W2, T1, T3, T4) 2. Memperbaiki keuangan, mengoptimalkan pemilihan pemasok dan inovasi produk untuk menjaga kualitas dan menghadapi kenaikan biaya (W3, W4, W5, T2, T5, T1)

Gambar 2. Strategi SWOT

5. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Angkringan Tepi Pantai Jembrana memiliki beberapa faktor internal utama. Faktor tersebut mencakup pemilihan lokasi yang menguntungkan, harga jual yang relatif murah, waktu operasional yang fleksibel, dan sistem pembukuan yang sudah terpisah dari dana pribadi. Di sisi lain, kondisi eksternal yang berdampak pada usaha ini meliputi antusiasme masyarakat yang tinggi terhadap makanan sederhana, naiknya volume wisatawan, ketatnya kompetisi bisnis, dan naik-turunnya harga bahan pokok. Berdasarkan hasil perhitungan, Matriks IFE menghasilkan skor 2,77 dan Matriks EFE sebesar 2,44. Angka tersebut bermakna bahwa usaha ini memiliki pondasi internal yang tergolong kuat, meskipun kemampuannya dalam menyikapi dinamika eksternal seperti peluang dan ancaman masih berada pada level menengah. Lebih lanjut, proyeksi pada Matriks IE menempatkan usaha ini di kuadran V, yaitu pada tahap pertahankan dan pelihara (*hold and maintain*). Oleh sebab itu, fokus strategi yang paling sesuai untuk diterapkan saat ini adalah memperluas jangkauan pasar (penetrasi pasar) serta menciptakan inovasi menu (pengembangan produk). Sebagai penutup, penerapan analisis SWOT dalam penelitian ini telah menghasilkan berbagai alternatif strategi. Rangkaian strategi tersebut dapat digunakan oleh pengelola sebagai pedoman untuk memajukan usaha dan meningkatkan daya saing di tengah industri kuliner. Temuan dari evaluasi ini dapat difungsikan sebagai pedoman bagi Angkringan Tepi Pantai Jembrana dalam merumuskan langkah taktis yang sesuai dengan realitas bisnis saat ini. Strategi yang relevan adalah meningkatkan efektivitas promosi untuk memperluas jangkauan pasar dengan pemanfaatan media sosial dan bekerja sama dengan pelaku wisata dan promosi dari mulut ke mulut juga dapat diperkuat karena didukung oleh lokasi usaha yang strategis. Selain itu, pengembangan produk juga perlu dilakukan secara berkala, baik melalui penambahan variasi menu, inovasi penyajian, serta peningkatan kualitas produk yang disesuaikan dengan preferensi konsumen, khususnya pengunjung kawasan pantai.

Referensi

1. Ardana, A. L. K., & Suyanto, M. (2025). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Melalui Analisis SWOT. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 2(1), 45-46.
2. Baba, R., Baruwadi, M. H., & Boekoesoe, Y. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi D'philocoffee di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Jurnal Agronesia*, 3(2), 116-124.
3. David, F. R., & David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing (15th ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
4. Freeman, J. (1995). *Business Strategy from the Population Level. In Resource-based and evolutionary theories of the firm: Towards a synthesis (pp. 219-250)*. Springer, Boston, MA.
5. Fridiyanto. (2019). *Manajemen Strategik Konsep Bisnis bagi Lembaga Pendidikan Islam*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
6. Herry. (2018). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit PT Grasindo.
7. Ibnu, I. H. K. A., & Bramantiyo, B. E. P. (2024, March). Analisis Manajemen Strategi PT Tenggara Perkebunan Teh Maleber Menggunakan Metode Analisis Swot, IFE Dan EFE Matriks, dan IE Matriks. In *Prosiding SENASTITAN: Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan (Vol. 4)*.
8. Isniati & M. Rizki Fajriansyah. (2019). *Manajemen Strategik Intisari Konsep dan Teori*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
9. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Alih bahasa: Bob Sabran Jakarta: Penerbit Erlangga.
10. LBS.id. (2023). Pengusaha merapat, ini kota paling menjanjikan untuk bisnis kuliner. <https://www.lbs.id/publication/investasi/pengusaha-merapat-ini-kota-paling-menjanjikan-untuk-bisnis-kuliner>.
11. LIMKUMKM. (2026). Tren Kuliner Viral 2025 Dorong Pertumbuhan UMKM Makanan dan Minuman di Indonesia. LINKUMKM. <https://linkumkm.id/news/detail/17358/tren-kuliner-viral-2025-dorong-pertumbuhan-umkm-makanan-dan-minuman-di-indonesia>.
12. Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
13. Nasution, et al. (2024). *Bisnis Kuliner (Teori dan Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
14. Putri, M. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, Dan Matriks IE (Studi Kasus Pada Bisnis Banjagim.Id). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, VII(1), 224-234.
15. Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
16. Ratna. (2022). *Manajemen Strategik*. Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
17. Rossel, J. (2026). *Strategi Sukses Restoran di Bali: Tren Menu 2026 dan Cara Menghadapi Persaingan Ketat*. <https://balinewsweek.id/bisnis-kuliner-bali/>.
18. Safitri, A. N., & Arbainah, S. (2023). Perumusan Strategi Usaha Menggunakan IFE, EFE, IE, Swot, Dan Qspm. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 13(1), 25-38.
19. Sukril & Diki, A. (2017). Analisa Pembeli Kuliner terhadap Pembaharuan Informasi Melalui Media Sosial di Kota Pekanbaru. *Jurnal Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi*, 1(2), 122-123. <http://jurnal.iaii.or.id>.
20. Yuliani, F., Khairiah, A. N., & Triatmojo, M.D. (2026). Strategi Transformasi UMKM Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif di Era Digital dan Implikasinya terhadap Kesejahteraan Keluarga. 2(1), 215-224. <https://doi.org/10.64845/optimanus.v2i1>.