



Optimalisasi Strategi Bisnis UMKM: Analisis SWOT dan QSPM pada Yoga Barbershop di Palaran

Diyaa Aaisyah Salmaa Putri Atmaja^{1*}, Purbawati², Adhe Dalle Tri Saputro³,
Desi Puspitasari⁴, Muhammad Syarif⁵, Muhammad Ilham Syahranie⁶,
Salma Maulina Wardhani⁷

¹⁻⁷ Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Timur, Indonesia

Alamat: Jl. KH. Harun Nafsi, Samarinda 75131, Indonesia

Korespondensi penulis: diyaaaisyahsalma@unukaltim.ac.id

Abstract. *This study aims to formulate development strategies for Yoga Barbershop in Palaran, East Kalimantan, using SWOT analysis and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). SWOT analysis is utilized to assess internal and external factors, combined with QSPM to determine priority strategies. The study reveals that Yoga Barbershop's strengths include customer loyalty, a strategic location, modern haircut styles, and ownership of the business premises, which reduces operational costs. However, identified weaknesses consist of limited service facilities, inflexible operating hours, restricted space, noise issues, and insufficient staff. Meanwhile, opportunities for Yoga Barbershop include opening new branches and recruiting additional employees. Threats arise from similar business competitors and changes in hairstyle trends. Based on the findings, Yoga Barbershop's IE matrix places the business in quadrant V, with a total IFE score of 2,72 and an EFE score of 2,71, indicating a stable position that requires stability strategies. The recommended strategy is the weakness-opportunity (WO) approach. Priority strategic recommendations, in order of importance, are opening a new branch, training new staff, and increasing the flexibility of operational hours.*

Keywords: *SWOT Analysis, QSPM, MSMEs Development Strategy, MSMEs Challenges, Business Competition.*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan Yoga Barbershop di Palaran, Kalimantan Timur, dengan menggunakan analisis SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal dengan mengkombinasikan bersama analisis QSPM untuk menentukan strategi prioritas. Penelitian menunjukkan hasil bahwa Yoga Barbershop memiliki kekuatan dalam loyalitas pelanggan, lokasi strategis, potongan rambut modern, dan kepemilikan tempat usaha yang memberikan penghematan biaya operasional. Namun, kelemahan yang teridentifikasi meliputi keterbatasan fasilitas layanan, jam buka yang tidak fleksibel, ruang terbatas, kebisingan dan kurangnya tenaga kerja. Sementara, peluang yang dimiliki Yoga Barbershop berupa membuka cabang baru dan merekrut tenaga kerja tambahan. Adapun ancaman yang dihadapi berasal dari pesaing bisnis serupa dan perubahan tren gaya rambut. Hasil penelitian, matriks IE Yoga Barbershop, bisnis ada pada kuadran V dengan total skor IFE sebesar 2,72 dan EFE sebesar 2,71, menunjukkan posisi stabil yang memerlukan strategi stabilitas. Strategi weakness-opportunity (WO). Rekomendasi prioritas strategi secara berurutan adalah membuka cabang baru, pelatihan tenaga kerja baru, dan meningkatkan fleksibilitas jam operasional.*

Kata kunci: *Analisis SWOT, QSPM, Strategi Pengembangan UMKM, Tantangan UMKM, Persaingan Bisnis*

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di tingkat lokal. Yoga Barbershop, sebagai salah satu UMKM yang beroperasi di Palaran, menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat di industri jasa perawatan rambut. Kondisi ini menuntut adanya strategi bisnis yang efektif untuk mempertahankan

eksistensi sekaigus meningkatkan daya saing di pasar lokal. Palaran, yang merupakan wilayah dengan populasi penduduk yang terus berkembang, menyediakan peluang yang besar bagi pengembangan UMKM seperti Yoga Barbershop. Namun, untuk dapat memanfaatkan peluang tersebut, diperlukan pendekatan strategis yang berbasis data dan analisis mendalam (Tambunan, 2019; UKM, 2020) .

Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) merupakan metode yang terbukti efektif dalam merumuskan strategi bisnis yang terarah. Analisis SWOT membantu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja Yoga Barbershop, sedangkan QSPM memungkinkan penentuan prioritas strategi berdasarkan daya tarik strategisnya. Melalui kombinasi kedua metode ini, Yoga Barbershop dapat mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki, mengatasi tantangan eksternal, dan memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini menjadi penting untuk memastikan bahwa pengembangan bisnis tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan, tetapi juga pada keberlanjutan usaha (David, F. R., & David, 2017; Teece, 2014).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pengembangan yang paling relevan dan prioritas untuk Yoga Barbershop di Palaran, Kalimantan Timur. Dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi konkret yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kinerja bisnis. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi UMKM lain di Palaran maupun daerah lain yang menghadapi tantangan serupa dalam mengembangkan strategi bisnis mereka.

2. KAJIAN TEORI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan pendapatan masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan berdasarkan jumlah kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Ciri khas UMKM di Indonesia adalah memiliki struktur manajemen yang sederhana, modal terbatas, dan lebih fleksibel dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar.

Strategi Bisnis

Strategi bisnis merupakan perencanaan jangka panjang yang dirancang untuk mencapai keunggulan kompetitif dan tujuan organisasi. Menurut Porter (1985), strategi bersaing terdiri dari tiga pendekatan umum, yaitu *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus*. Dalam konteks

UMKM, strategi bisnis harus disusun dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya dan kemampuan untuk beradaptasi terhadap lingkungan bisnis yang dinamis.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari suatu organisasi. Menurut Gurel dan Tat (2017), analisis SWOT dapat membantu dalam merumuskan strategi yang tepat dengan memadukan faktor internal dan eksternal.

- a) *Strengths dan Weaknesses* mengacu pada faktor internal organisasi.
- b) *Opportunities dan Threats* berkaitan dengan kondisi eksternal seperti tren pasar, regulasi, dan persaingan.

Dalam konteks barbershop, SWOT digunakan untuk mengevaluasi kondisi internal seperti kualitas layanan, harga, dan lokasi serta faktor eksternal seperti preferensi konsumen dan persaingan lokal.

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

QSPM merupakan metode kuantitatif dalam proses perencanaan strategis yang bertujuan memilih strategi terbaik berdasarkan hasil analisis SWOT dan matriks internal-eksternal. Menurut David (2011), QSPM membantu pengambilan keputusan dengan memberikan skor total daya tarik (TAS – Total Attractiveness Score) dari berbagai alternatif strategi. QSPM terdiri dari beberapa langkah:

- a) Mengidentifikasi faktor strategis (IFAS dan EFAS).
- b) Menentukan bobot dan rating masing-masing faktor.
- c) Menghitung total skor yang menunjukkan tingkat daya tarik strategi.

QSPM penting digunakan agar pengambilan keputusan tidak hanya bersifat kualitatif, namun berbasis analisis kuantitatif yang objektif.

Aplikasi SWOT dan QSPM dalam Optimalisasi Bisnis UMKM

Penggabungan SWOT dan QSPM memungkinkan pelaku UMKM seperti Yoga Barbershop di Palaran untuk mengetahui posisi strategisnya dan menentukan prioritas strategi yang memiliki daya tarik tinggi untuk diterapkan. Pendekatan ini sangat relevan dalam menghadapi tantangan persaingan usaha jasa layanan, terutama di sektor informal yang dinamis. Strategi yang dihasilkan akan lebih adaptif, berbasis data, dan sesuai dengan kondisi aktual usaha.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode analisis *Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk merumuskan strategi optimalisasi bisnis UMKM Yoga Barbershop. Analisis SWOT yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup beberapa langkah, sebagai berikut: Menelaah Kekuatan (*Strenght*): Meninjau potensi internal bisnis yang dapat digunakan untuk menambah nilai tambah bisnis; Menelaah Kelemahan (*Weakness*): Mengkaji faktor-faktor internal bisnis yang dapat menghalangi optimalisasi bisnis; Menelaah Peluang (*Opportunities*): Mengkaji faktor-faktor eksternal bisnis berupa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh bisnis untuk optimalisasi kinerja; Menelaah Ancaman (*Threats*): Meninjau adanya risiko-risiko dari luar bisnis yang dapat menghambat atau menggalkan optimalisasi bisnis (GÜREL & TAT, 2017).

Langkah selanjutnya setelah melakukan analisis SWOT adalah melakukan analisis QSPM dengan cara memberikan bobot pada setiap faktor SWOT menggunakan skala 1-9, lalu memilih priorotas strategi sesuai bobot yang sesuai dengan keadaan usaha (David, F. R., & David, 2017). Tahapan QSPM meliputi, sebagai berikut: Memberikan bobot pada faktor SWOT, Menghitung Skor Daya Tarik (Attractiveness Scores, AS), Menghitung Total Nilai Daya Tarik (Total Attractiveness Scores, TAS), Mengidentifikasi Strategi Prioritas

Teknik Pengumpulan Data dan Validasi Data

Penggunaan data primer melalui wawancara dan survei denga pihak pengelola diterapkan dalam penelitian ini. Kemudian data primer ini dianalisis menggunakan metode SWOT-QSPM guna mendapatkan hasil rusan strategi prioritas. Adapun data sekunder berupa literatur dan laporan terkait mengenai penelitian, digunakan sebagai penunjang dan penguat data.

Guna menjaga validitas dan realibilitas data, metode triangulasi data diterapkan dalam penelitian ini dengan membandingkan hasil dengan berbbagai sumber terkait. Penggunaan teknik triangulasi data memberikan kepastian hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan dan sesuai dengan fakta lapangan (Sugiyono, 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Merumuskan faktor internal dan eksternal

Merumuskan faktor internal dan eksternal menjadi Langkah awal dalam melakukan analisis SWOT. Analisis diawali dengan melakukan perumusan faktor internal terkait, berupa kekuatan dan kelemahan. Adapun kekuatan Yoga Barbershop, sebagai berikut:

1. Loyalitas Pelanggan : Yoga Barbershop memiliki relatif banyak pelanggan loyal yang kembali memilih untuk menggunakan jasa Yoga Barbershop untuk potong rambut.
2. Lokasi Strategis : Lokasinya yang berada di jalan utama membuat Yoga Barbershop mudah dijangkau sehingga mudah terlihat umum dan memudahkan pelanggan untuk menemukan lokasinya, sekaligus menarik pelanggan baru di sekitar.
3. Potongan Rambut Modern: Yoga Barbershop menawarkan potongan rambut terkini sesuai dengan trend. Hal ini menjadi daya tarik utama, terutama bagi generasi muda.
4. Tempat Usaha Milik Pribadi : Kepemilikan tempat usaha sendiri mengurangi biaya operasional dan memberikan peluang dalam pengembangan.
5. Desain Tempat Menarik: Interior khas dan nyaman memberikan pengalaman berkunjung yang positif bagi pelanggan.
6. Keahlian Pekerja : Keahlian pekerja yang baik memastikan kualitas potongan rambut yang konsisten dan memuaskan pelanggan.

Adapun, evaluasi kelemahan Yoga Barbershop, sebagai berikut:

1. Fasilitas Layanan Kurang: Yoga Barbershop masih terbatas dalam menyediakan fasilitas tambahan karena fokus pada layanan utama, yakni potong rambut.
2. Jam Buka Tidak Fleksibel: Jam buka yang terbatas membuat pelanggan dengan jadwal padat sulit untuk mengakses layanan, hal ini mengurangi potensi pendapatan.
3. Ruang Terbatas: Ruang usaha yang terbatas membatasi jumlah pelanggan yang dapat dilayani sekaligus, mempengaruhi kapasitas operasional.
4. Kebisingan: Suasana bising di dalam barbershop dapat mengganggu kenyamanan pelanggan dan komunikasi antara pekerja dengan pelanggan, terutama saat layanan sedang berlangsung.
5. Kurang Tenaga Kerja: Jumlah tenaga kerja yang terbatas mempengaruhi kelancaran operasional dan kualitas pelayanan

Tahap selanjutnya adalah menelaah faktor eksternal berupa peluang dan ancaman bisnis.

Peluang yang dimiliki Yoga Barbershop terdiri dari:

1. Membuka Cabang Baru: Melihat minat pelanggan yang semakin meningkat, ekspansi usaha dengan membuka cabang baru di area strategis menjadi peluang besar.
2. Rekrutmen Karyawan: Keterbatasan tenaga kerja dibarengi jumlah peminat yang meningkat, memberikan Yoga Barbershop sebuah peluang untuk melakukan penambahan karyawan guna menangkap potensi pendapatan lebih banyak.

Selanjutnya beralih ke faktor ancaman. Ancaman yang dihadapi OLEH Yoga Barbershop terdiri dari:

1. Persaingan Dengan Bisnis Serupa: Banyaknya kompetitor di daerah yang sama membuat bisnis perlu memperhatikan perkembangan dari pesaing-pesaingnya.
2. Perubahan Tren Gaya Rambut: Perubahan tren gaya rambut yang cepat menuntut barbershop untuk terus mengembangkan keahlian untuk membuat potongan rambut sesuai tren yang sedang berkembang sesuai permintaan pasar

B. Pembobotan Matrik IFE dan EFE

Tahapan berikutnya adalah melakukan pembobotan faktor-faktor internal dan eksternal dari Yoga Barbershop. Pembobotan ini dikenal dengan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE). Mekanisme pembobotan matriks IFE dan EFE dilakukan dengan memberikan nilai menggunakan skala 1-9 pada setiap faktor internal dan eksternal bisnis berdasarkan tingkatnya pengaruhnya terhadap kinerja bisnis. Skala 1–9 dalam pembobotan IFE dan EFE digunakan dalam rangka untuk memberikan tingkat ketelitian dan fleksibilitas yang lebih tinggi dalam menilai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan sebuah bisnis (David, F. R., & David, 2017). Hasil akhir dari analisis tersebut ditampilkan pada Tabel 1 dan 2 berikut.

C. Perumusan Strategi dengan Matriks SWOT

Pembuatan matriks SWOT bertujuan untuk menghasilkan berbagai pilihan ralternatif rencan strategi yang dapat diberlakukan oleh pelaku usaha. Strategi ini dapat diklasifikasikan menjadi 4 kategori: strategi S-O (optimalisasi kekuatan untuk memanfaatkan peluang), strategi W-O (mengatasi kelemahan untuk menangkap peluang), strategi S-T (memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman), dan strategi W-T (meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman). Perumusan strategi dengan matriks SWOT Yoga Barbershop dapat dilihat di Tabel.

3

Tabel 1. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Matriks IFE	Nilai Sig.	Bobot	Nilai	Skor
KEKUATAN				
Loyalitas Pelanggan	9	0,11	4	0,423
Lokasi Strategis	8	0,09	3,5	0,32
Potongan Rambut Modern	9	0,11	3,74	0,39
Tempat Usaha Milik Pribadi	6	0,07	3	0,21
Desain Tempat Menarik	7	0,08	2,8	0,23
Keahlian Pekerja	9	0,11	4	0,42
				2,01
KELEMAHAN				
Fasilitas Layanan Terbatas	7	0,08	2	0,16
JamBuka Tidak Fleksibel	9	0,11	1	0,10
Ruang Terbatas	8	0,09	2	0,18

Kebisingan	4	0,05	3	0,14
Keterbatasan Tenaga Kerja	9	0,11	1	0,10
				0,71
Total	85	1,00	30,04	2,72

Tabel 2. Matriks Internal Factor Evaluation (EFE)

Matriks EFE	Nilai Sig.	Bobot	Nilai	Skor
PELUANG				
Membuka Cabang Baru	8	0,24	3,5	0,82
Rekrutmen Karyawan	9	0,26	4	1,05
				1,87
ANCAMAN				
Pesaing	9	0,26	1	0,26
Perubahan Tren Gaya Rambut	8	0,24	2,4	0,55
				0,91
Total	34	1,00	10,9	2,71

Tabel 3. Matriks SWOT

Faktor Internal	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> Loyalitas Pelanggan Lokasi Strategis Potongan Rambut Modern Tempat Usaha Milik Pribadi Desain Tempat Menarik Keahlian Pekerja 	<ol style="list-style-type: none"> Fasilitas Layanan Kurang Jam Buka Tidak Fleksibel Ruang Terbatas Kebisingan Kurang Tenaga Kerja
PELUANG (O) <ol style="list-style-type: none"> Membuka Cabang Baru Rekrutmen Karyawan 	<ol style="list-style-type: none"> Ekspansi bisnis dengan konsep modern menggunakan loyalitas pelanggan, lokasi strategis, dan desain tempat menarik untuk membuka cabang baru. Rekrut tenaga kerja baru berpengalaman untuk mendukung keahlian pekerja dan meningkatkan kapasitas layanan. Promosikan potongan rambut modern untuk menarik lebih banyak pelanggan, terutama di cabang baru. 	<ol style="list-style-type: none"> Atasi keterbatasan ruang dengan membuka cabang baru yang memiliki fasilitas lebih luas dan memadai. Tingkatkan fleksibilitas jam operasional dan fasilitas layanan melalui rekrutmen karyawan baru. Berikan pelatihan kepada tenaga kerja baru untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mengurangi kelemahan fasilitas.
ANCAMAN (T) <ol style="list-style-type: none"> Pesaing Perubahan Tren Gaya Rambut 	<ol style="list-style-type: none"> Tingkatkan pengalaman pelanggan melalui desain tempat yang menarik dan layanan potongan rambut modern untuk mempertahankan loyalitas meskipun ada pesaing Adaptasi terhadap tren gaya rambut menggunakan keahlian pekerja untuk tetap relevan di 	<ol style="list-style-type: none"> Terapkan sistem booking online untuk mengatur kunjungan pelanggan agar lebih terorganisir dan mengurangi kebisingan. Diversifikasi layanan dengan menambahkan opsi seperti creambath, pijat kepala, atau perawatan rambut untuk mengatasi

	pasar. 3. Manfaatkan lokasi strategis untuk menawarkan layanan premium yang sulit disaingi oleh kompetitor.	persaingan. 3. Fokus pada gaya rambut modern untuk menarik pelanggan muda, sehingga risiko perubahan tren dapat diminimalkan.
--	--	--

D. Penentuan Strategi SWOT dengan Matriks Internal-External (IE)

Matriks Internal-External (IE) adalah alat untuk menentukan posisi perusahaan berdasarkan analisis faktor internal (IFE) dan eksternal (EFE). Matriks ini mengelompokkan perusahaan ke dalam sembilan sel, yang terbagi menjadi tiga kuadran strategi: pertumbuhan (growth), stabilitas (stability), dan penurunan (retrenchment) (Pearce, J. A., & Robinson, 2011).

1. Kuadran I (Pertumbuhan dan Pengembangan). Perusahaan memiliki posisi kuat secara internal dan eksternal, dengan potensi besar untuk berkembang. Strategi yang direkomendasikan adalah SO (Strengths-Opportunities) dan ST (Strengths-Threats). Ditandai dengan warna hijau di matriks IE.
2. Kuadran II (Stabilitas). Perusahaan berada dalam posisi stabil dengan faktor internal dan eksternal yang mendukung. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities) digunakan untuk mempertahankan posisi dan mengelola kekuatan secara efektif. Ditandai dengan warna kuning di matriks IE.
3. Kuadran III (Penurunan). Perusahaan menghadapi kelemahan internal dan eksternal yang signifikan. Strategi yang disarankan adalah WT (Weaknesses-Threats), seperti pengurangan biaya, restrukturisasi, atau diversifikasi. Ditandai dengan warna merah di matriks IE. Hasil analisis matriks IE Yoga Barbershop ditampilkan pada Tabel 4. Matriks IE Yoga Barbershop

Tabel 4. Matriks IE Yoga Barbershop

		IFE		
		KUAT 3-4	RATA-RATA 2-2,99	LEMAH 1-1,99
EFE	TINGGI 3-4	I	II	III
	MENENGAH 2-2,99	IV	V	VI
	RENDAH 1-1,99	VII	VIII	IX

Dari tabel 4. Matriks IE Yoga Barbershop, usaha berada pada kuadran V dengan total skor IFE sebesar 2,72 dan EFE sebesar 2,71. Hasil ini mengindikasikan bahwa bisnis berada dalam posisi stabil, dengan faktor internal dan eksternal yang saling mendukung untuk menjaga keberlanjutan kinerja. Oleh karena itu, Yoga Barbershop membutuhkan strategi stabilitas, dan strategi SWOT yang disarankan adalah strategi WO.

E. Penentuan Prioritas Strategi dengan Matriks QSPM

Matriks QSPM disusun berdasarkan alternatif strategi dari analisis SWOT. Hasil matriks IE menunjukkan posisi bisnis pada stabilitas, dengan strategi utama yang direkomendasikan oleh WO. Langkah berikutnya adalah menentukan prioritas tindakan strategis WO untuk Yoga Barbershop, guna memberikan panduan dalam pelaksanaan strategi secara terarah dan efektif

Tabel 5. Matriks QSPM Yoga Barbershop

Faktor Strategis	Bobot	Strategi 1 Membuka Cabang Baru		Strategi 2 Tingkatkan Fleksibilitas Jam Operasional Dengan Rekrut Karyawan		Strategi 3 Pelatihan Karyawan	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Faktor Internal							
KEKUATAN							
Loyalitas Pelanggan	0,11	3	0,33	2	0,22	2	0,22
Lokasi Strategis	0,09	3	0,27	2	0,18	2	0,18
Potongan Rambut Modern	0,11	2	0,22	3	0,33	3	0,33
Tempat Usaha Milik Pribadi	0,07	3	0,21	2	0,14	2	0,14
Desain Tempat Menarik	0,08	3	0,24	2	0,16	2	0,16
Keahlian Pekerja	0,11	2	0,22	3	0,33	3	0,33
KELEMAHAN							
Fasilitas Layanan Terbatas	0,08	3	0,24	2	0,16	2	0,16
Jam Buka Tidak Fleksibel	0,11	2	0,22	3	0,33	2	0,22
Ruang Terbatas	0,09	3	0,27	2	0,18	2	0,18
Kebisingan	0,05	2	0,10	2	0,10	2	0,10
Keterbatasan Tenaga Kerja	0,11	2	0,22	3	0,33	3	0,33
Faktor Eksternal							
PELUANG							
Membuka Cabang Baru	0,24	3	0,72	2	0,48	2	0,28
Rekrutmen Karyawan	0,26	2	0,52	3	0,78	3	0,78
ANCAMAN							
Pesaing	0,26	3	0,78	2	0,52	2	0,52
Perubahan Tren Gaya Rambut	0,24	2	0,48	3	0,72	3	0,72

Jumlah Daya Tarik	Total	1,00		4,54		4,31		4,39
Prioritas				I		III		II

Dalam penyusunan matriks QSPM, terdapat dua elemen penting: nilai daya tarik (AS) dan total daya tarik (TAS). Nilai AS mencerminkan tingkat relevansi faktor SWOT terhadap setiap strategi yang diusulkan. Sementara itu, TAS diperoleh dengan mengalikan nilai AS dengan bobot faktor. Bobot faktor diberikan pada skala 1-4, di mana nilai 4 menunjukkan faktor yang sangat mendukung strategi, sedangkan nilai 1 mencerminkan faktor dengan daya tarik rendah terhadap alternatif strategi. Setelah itu, TAS dihitung untuk setiap faktor dengan mengalikan bobotnya dengan nilai AS. Matriks QSPM Yoga Barbershop dapat dilihat di **Tabel 5**. Matriks QSPM Yoga Barbershop.

Dari perhitungan matriks QSPM Yoga Barbershop, diperoleh beberapa prioritas strategi Yoga Barbershop yang dapat diurutkan sebagai berikut:

1. Strategi 1 (Membuka Cabang Baru) memiliki skor tertinggi (4,54) dan menjadi prioritas utama untuk diimplementasikan, mengatasi ruang terbatas dengan membuka cabang baru yang lebih luas dan memadai.
2. Strategi 3 (Pelatihan Tenaga Kerja Baru) memperoleh skor kedua (4,39), yang menunjukkan pentingnya meningkatkan keterampilan karyawan untuk mendukung pelayanan.
3. Strategi 2 (Tingkatkan Fleksibilitas Jam Operasional) berada di peringkat terakhir (4,31), namun tetap relevan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian menunjukkan berbagai faktor internal dan eksternal bisnis yang dipertimbangkan dalam menentukan posisi strategis dan rekoendasi alternatif prioritas strategi dari posisi bisnis. Dari hasil matriks IE, diketahui Yoga Barbershop, bisnis ada pada kuadran V dengan total skor IFE sebesar 2,72 dan EFE sebesar 2,71. Hasil ini mengindikasikan bahwa bisnis berada dalam posisi stabil, dengan faktor internal dan eksternal yang saling mendukung untuk menjaga keberlanjutan kinerja. Oleh karena itu, Yoga Barbershop membutuhkan strategi stabilitas, dan strategi SWOT yang disarankan adalah strategi WO.

Strategi WO Yoga Barbershop memiliki 3 alternatif strategi berupa pembukaan cabang baru, peningkatan fleksibilitas jam operasional melalui penambahan pekerja, dan pelatihan karyawan. Hasil dari pembobotan QSPM menunjukkan bahwa secara berurutan prioritas

strategi alternatif Yoga Barbershop adalah, sebagai berikut:

1. Strategi 1 (Membuka Cabang Baru) memiliki skor tertinggi (4,54) dan menjadi prioritas utama untuk diimplementasikan, mengatasi ruang terbatas dengan membuka cabang baru yang lebih luas dan memadai.
2. Strategi 3 (Pelatihan Tenaga Kerja Baru) memperoleh skor kedua (4,39), yang menunjukkan pentingnya meningkatkan keterampilan karyawan untuk mendukung pelayanan.
3. Strategi 2 (Tingkatkan Fleksibilitas Jam Operasional) berada di peringkat terakhir (4,31), namun tetap relevan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan

DAFTAR REFERENSI

- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (16th ed.). Pearson Education.
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. *The Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2011). *Strategic management: Formulation, implementation, and control*. McGraw-Hill Education.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Tambunan, T. T. H. (2019). Entrepreneurship development for SMEs in Indonesia: An analysis of policies, programs, and institutions. *Journal of Business and Management*, 13(1), 45–57.
- Teece, D. J. (2014). The foundations of enterprise performance: Dynamic and ordinary capabilities in an (economic) theory of firms. *Academy of Management Perspectives*, 28(4), 328–352.
- UKM, Kementerian Koperasi dan. (2020). *Laporan perkembangan UMKM tahun 2020*.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic management and business policy: Toward global sustainability* (13th ed.). Pearson.