



Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Dalam Pengembangan Strategi Bisnis Di Maze Cafe Eatery & Patisserie

Rd. Ghina Fithriyah

Universitas Muhammadiyah Bandung

Wahidah Nazmi Lailia

Universitas Muhammadiyah Bandung

Muhammad Raka Alifian Firdaus

Universitas Muhammadiyah Bandung

Bilal Afriansyah

Universitas Muhammadiyah Bandung

Figri Alief Fahrijal

Universitas Muhammadiyah Bandung

Siti Mardiana

Universitas Muhammadiyah Bandung

Jl. Soekarno-Hatta No.752, Cipadung Kidul, Kec. Panyileukan, Kota Bandung, Jawa Barat
40614

Korespondensi penulis: ghinafithriyah@umbandung.ac.id

Abstract. *This study was conducted to examine how external and internal factors influence the development of business strategies at Maze Café, as well as to formulate relevant and applicable strategies in responding to the dynamics of the F&B industry. The research employed a descriptive qualitative approach through direct observation, structured interviews, and documentation from Maze Café's official social media accounts. The data were analyzed using a thematic analysis method focusing on internal and external factors. The findings indicate that Maze Café has strengths in terms of location, aesthetic concept, and service quality, but shows weaknesses in healthy menu innovation and digitalization. Intense competition and shifting consumer trends pose threats that must be addressed through adaptive strategies. It is concluded that Maze Café needs to implement an aggressive growth strategy through differentiation, digitalization, and product and market development. This research is expected to provide practical contributions to similar culinary MSMEs in facing the dynamic competition of the industry.*

Keywords: *Business Strategy; F&B Industry; Internal and External Analysis*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana faktor eksternal dan internal memengaruhi pengembangan strategi bisnis Maze Cafe, serta merumuskan strategi yang relevan dan aplikatif dalam menghadapi dinamika industri F&B. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi langsung, wawancara terstruktur, dan dokumentasi media sosial resmi Maze Cafe. Data dianalisis menggunakan metode analisis tematik terhadap faktor internal dan eksternal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Maze Cafe memiliki kekuatan pada lokasi, konsep estetik, dan pelayanan, namun lemah pada inovasi menu sehat dan digitalisasi. Persaingan yang tinggi dan perubahan tren menjadi ancaman yang perlu diatasi melalui strategi yang adaptif. Disimpulkan bahwa Maze Cafe perlu menerapkan strategi pertumbuhan agresif melalui diferensiasi, digitalisasi, serta pengembangan produk dan pasar. Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi praktis bagi UMKM kuliner serupa dalam menghadapi persaingan industri yang dinamis.

Kata Kunci: *Analisis Internal dan Eksternal; Industri F&B; Strategi Bisnis.*

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman (F&B) berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kota-kota besar seperti Bandung yang identik dengan kreativitas dan gaya hidup generasi muda yang sangat hidup, di mana budaya “nongkrong” dengan kegiatan produksi konten

di media sosial menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari dan adanya fenomena *Work From Cafe* (WFC), di mana kafe bukan hanya berperan sebagai tempat makan, tetapi juga sebagai ruang kerja informal yang nyaman dan menarik. Namun, pertumbuhan yang cepat ini juga menghadirkan tantangan berupa persaingan bisnis yang ketat, munculnya banyak pesaing baru, serta ekspektasi konsumen yang semakin tinggi terhadap kualitas produk, kenyamanan tempat, dan keunikan konsep. Selain itu, munculnya tren digital dan budaya “ngopi estetik” yang banyak dibagikan di media sosial juga mempengaruhi perilaku konsumen yang lebih selektif dan menginginkan pengalaman bersantap yang tidak hanya fungsional, tetapi juga memiliki nilai estetika dan layak untuk dipublikasikan secara digital (Widiyanti and Harti 2021).

Kondisi tersebut mendorong munculnya beragam pelaku bisnis baru di sektor F&B, yang secara otomatis meningkatkan intensitas persaingan di antara pelaku usaha. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam sektor ini diharuskan untuk mengembangkan strategi bisnis yang kreatif dan responsif agar dapat menjaga kelangsungan serta daya saing usaha mereka (Nasution 2022). Dalam konteks ini, pemahaman yang mendalam mengenai faktor internal dan eksternal perusahaan menjadi sangat penting sebagai landasan pengembangan strategi bisnis yang efektif.

Maze Café Eatery & Patisserie muncul sebagai salah satu pelaku di industri F&B yang berupaya memenuhi kebutuhan gaya hidup tersebut. Terletak di lokasi strategis Jl. Kliningan 8A, Buah Batu, Bandung. Kafe ini mengusung tema industrial dengan ruang indoor dan semi-outdoor yang nyaman, serta menyediakan fasilitas seperti Wi-Fi, mushola, dan area parkir yang luas. Dikelilingi institusi pendidikan, sekolah, dan perkantoran, Maze Café menyasar segmen pelajar dan profesional muda yang memerlukan ruang untuk bekerja, belajar, atau hanya bersantai. Selain menawarkan makanan dan minuman, Maze Café juga memberikan nilai melalui pengalaman ruang yang estetik serta penyelenggaraan berbagai workshop dan kegiatan kreatif (PergiKuliner n.d.).

Maze Café memiliki potensi besar, namun masih menghadapi sejumlah tantangan strategis, seperti ancaman pesaing baru, perubahan tren konsumen, persaingan harga, serta perubahan selera pelanggan merupakan faktor eksternal yang harus diperhatikan. Di sisi lain, aspek internal perusahaan juga perlu diperkuat, baik dalam pengelolaan sumber daya manusia, inovasi produk, efisiensi operasional, maupun strategi pemasaran digital yang perlu diperkuat untuk mendukung daya saing jangka panjang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi Maze Cafe Eatery & Patisserie, serta merumuskan strategi bisnis yang relevan. Dengan menggunakan pendekatan manajemen strategis, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi praktis untuk UMKM kuliner dalam menghadapi perubahan industri yang terus berjalan.

KAJIAN TEORITIS

Dalam dunia bisnis yang kompetitif dan dinamis seperti industri kuliner, strategi bisnis menjadi landasan utama dalam menentukan keberhasilan jangka panjang sebuah usaha. Manajemen strategi merupakan suatu proses perencanaan jangka panjang yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan organisasi dengan memanfaatkan kekuatan internal serta peluang eksternal secara optimal. Strategi berasal dari kata Yunani “strategos” yang berarti seni memimpin dalam perang, dan secara umum diartikan sebagai cara untuk mencapai tujuan tertentu.

Fungsi utama strategi menurut para ahli meliputi komunikasi visi, pemanfaatan kekuatan organisasi, pencarian peluang baru, penggalangan sumber daya, pengkoordinasian kegiatan, serta respons terhadap perubahan lingkungan. Dengan demikian, manajemen strategi menjadi landasan penting bagi organisasi dalam menyusun arah dan langkah yang tepat guna mencapai keunggulan dan keberlanjutan usaha (Arifudin, Tanjung, and Sofyan 2020). Untuk mengembangkan strategi yang efektif, analisis faktor eksternal dan internal merupakan elemen kunci dalam memahami posisi organisasi secara menyeluruh.

1. Analisis Faktor Eksternal

Analisis eksternal berfungsi untuk menemukan peluang dan ancaman yang muncul dari lingkungan luar organisasi. Beberapa metode yang diterapkan dalam analisis eksternal meliputi:

a. Analisis PESTLE

Analisis ini melibatkan faktor Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Hukum, dan Lingkungan yang dapat memengaruhi kelangsungan bisnis yang membantu mengidentifikasi bagaimana tren makroekonomi dan regulasi luar memengaruhi tantangan serta peluang dalam dunia bisnis (Rosani et al. 2021).

b. Analisis Porter's Five Forces

Model ini mengidentifikasi lima faktor utama yang mempengaruhi tingkat persaingan dalam suatu industri, seperti ancaman dari pendatang baru, kekuatan tawar pemasok dan pembeli, ancaman produk pengganti, serta persaingan di antara pesaing yang sudah ada (Iswanda and Haripin 2024). Dalam sektor F&B, model ini mengevaluasi pengaruh tekanan kompetitif terhadap daya saing Maze Cafe.

c. Peta Strategis Industri

Digunakan untuk menggambarkan posisi Maze Café terhadap kompetitor sejenis berdasarkan indikator seperti harga, lokasi, , variasi menu, dan layanan (Aryanti and Kaltum 2023).

d. Matriks Industri

Merupakan alat penilaian berbasis pada *Key Success Factors* (KSF) untuk mengukur kinerja Maze Café dibandingkan dengan kompetitor di sektor ini guna mendukung perencanaan strategi diferensiasi berdasarkan keunggulan yang penting (Universitas and Putra 2024).

e. Tabel EFAS/EFE

EFAS digunakan untuk merancang dan menilai faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang serta ancaman. Hasilnya memberikan dasar untuk menentukan posisi eksternal perusahaan dalam Matriks IE (*Internal-External*) (Ifas, Strategy, and Agustina 2024).

2. Analisis Internal

Analisis internal bertujuan untuk memahami sumber daya dan kemampuan yang dimiliki organisasi, serta cara-cara yang digunakan untuk membangun keunggulan kompetitif. Berbagai metode yang digunakan dalam analisis internal:

a. Analisis VRIO (*Value, Rarity, Imitability, Organization*)

Merupakan bagian dari pendekatan *Resource-Based View* (RBV) yang menilai apakah sumber daya organisasi dapat menjadi keunggulan bersaing berkelanjutan (Rahmatullah, Wijayantini, and Wibowo 2023).

b. Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*)

Dipakai untuk menentukan aktivitas utama dan pendukung yang memberikan nilai lebih bagi konsumen, serta menilai efisiensi operasional perusahaan (Fitriani et al. 2021).

c. *Business Model Canvas (BMC)*

BMC menyajikan pandangan tentang cara organisasi menghasilkan, mengantarkan, dan memperoleh nilai. Unsurnya seperti proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran, dan aktivitas kunci berfungsi sebagai alat visual untuk mengevaluasi kelayakan dan daya tarik model bisnis (Wardana and Sitania 2023).

d. *Analisis Teknologi dan Sumber Daya*

Meliputi teknologi operasional, digitalisasi sistem pemesanan, serta media sosial sebagai alat pemasaran digital berperan penting dalam keberlangsungan usaha berbasis tren seperti Maze Cafe. Dan sumber daya manusia, keuangan, fisik, serta bahan baku digunakan untuk menilai kesiapan operasional dan potensi pengembangan kapasitas internal.

e. *Tabel IFAS, Matriks IE, dan SWOT-TOWS*

IFAS adalah matriks yang menggambarkan kekuatan dan kelemahan suatu organisasi berdasarkan penilaian dan ranking yang diberikan kepada setiap faktor (Mutiarra 2021). Matriks IE mengintegrasikan hasil IFAS dan EFAS untuk menentukan posisi organisasi dalam matriks strategi (Qanita 2020). SWOT diterapkan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sementara itu, TOWS berfungsi sebagai alat tambahan untuk merancang strategi berdasarkan gabungan dari keempat elemen tersebut, baik melalui pendekatan S-O (*Strengths-Opportunities*), W-O (*Weaknesses-Opportunities*), S-T (*Strengths-Threats*), maupun W-T (*Weaknesses-Threats*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengimplementasikan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal dalam pengembangan strategi bisnis di Maze Cafe Eatery & Pattiserie. Observasi langsung dilaksanakan dua kali, yakni pada hari Sabtu, 19 April 2025 dan Jum'at, 30 Mei 2025, wawancara terstruktur dengan manajer A Rama Susanto, dan dokumentasi dari akun media sosial resmi Maze Cafe. Data sekunder didapatkan dari dokumen internal serta literatur yang relevan. Semua data dianalisis dengan metode analisis tematik untuk menemukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi strategi usaha. Seluruh data yang dihimpun dianalisis menggunakan metode analisis tematik untuk menentukan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi pengembangan strategi bisnis Maze Cafe.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Maze Café Eatery & Pattiserie, Kota Bandung, pada 19 April 2025 dan 30 April 2025, dengan metode observasi langsung, wawancara, serta dokumentasi lapangan. Metode ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang keadaan internal dan eksternal perusahaan, termasuk pola operasi, hubungan dengan konsumen, dan strategi yang diimplementasikan. Metode analisis yang diterapkan meliputi pendekatan kualitatif deskriptif yang diperkaya dengan pengukuran melalui pemberian bobot dan skor dalam Tabel

IFAS dan EFAS, guna memperkuat kevalidan temuan serta arah strategi yang dirancang. Hasil analisis disusun dengan cara sistematis, diawali dengan identifikasi faktor eksternal dan internal, lalu disintesis menggunakan analisis SWOT dan Matriks TOWS untuk menciptakan strategi bisnis yang sesuai dan aplikatif bagi pengembangan Maze Café di tengah persaingan industri kuliner yang semakin ketat.

Analisis Eksternal

Analisis faktor eksternal dilakukan untuk menemukan peluang dan ancaman yang timbul dari lingkungan luar organisasi, yang dapat mempengaruhi kinerja serta daya saing Maze Cafe. Faktor-faktor ini meliputi:

1. Analisis PESTLE

Tabel 1. Analisis PESTLE Maze Cafe

P (Political)	Kebijakan pajak UMKM dan jam operasional dari Pemkot Bandung berpengaruh langsung pada operasional harian
	Proses perizinan berjalan baik, penting bagi pemilik untuk aktif dalam komunitas UMKM untuk update kebijakan
E (Economic)	Kondisi ekonomi lokal & nasional memengaruhi daya beli, sektor F&B sensitif terhadap inflasi dan tren konsumsi
	Pelanggan lebih memilih menu terjangkau; promosi rutin dilakukan untuk menjaga daya saing
S (Social)	Budaya nongkrong dan tempat instagramable mendukung trafik pengunjung
	Segmen utama pelajar, mahasiswa, dan pekerja; menu beragam untuk semua usia
T (Technological)	Digital marketing dan food delivery apps (GoFood/GrabFood) sangat berpengaruh pada jangkauan pasar
	Menggunakan Instagram, TikTok, dan sistem pre-order untuk promosi dan pemesanan
L (Legal)	Wajib patuh pada aturan BPOM, PPN UMKM, dan label kandungan makanan
	Menerapkan SOP kebersihan, penting untuk daftarkan hak kekayaan intelektual brand
E (Environmental)	Konsumen makin peduli lingkungan, cuaca ekstrem bisa memengaruhi jumlah pengunjung
	Gunakan kemasan ramah lingkungan dan kelola limbah secara bertanggung jawab

2. Analisis Porter's Five Forces

Tabel 2. Analisis Porter's Five Forces Maze Cafe

Faktor	Tingkat Ancaman	Analisis
Ancaman Pendatang Baru	Sedang - Tinggi	Industri kafe di Buah Batu sangat menarik karena didukung oleh pasar pelajar dan mahasiswa. Namun, tingginya kompetisi membuat pendatang baru harus memiliki konsep unik untuk bersaing dengan Maze Cafe
Daya Tawar Pembeli	Tinggi	Maze Cafe tidak tergantung pada satu pemasok dan memiliki banyak alternatif di Bandung. Fleksibilitas

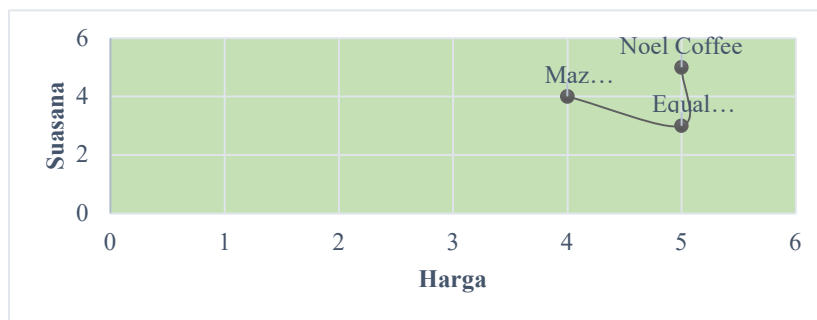
		ini membuat pengaruh pemasok terhadap operasional menjadi minim
Daya Tawar Pemasok	Rendah	Konsumen memiliki banyak alternatif tempat ngopi, sehingga sangat sensitif terhadap harga. Maze Cafe menjaga loyalitas dengan menu variatif dan strategi bundling
Ancaman Produk Pengganti	Tinggi	Banyak pilihan pengganti seperti warung kopi, kedai cepat saji, kopi instan, dan layanan online. Gaya hidup sehat juga menjadi tantangan yang mendorong Maze Cafe berinovasi dengan menu sehat
Persaingan Antar Kompetitor	Tinggi	Buah Batu dipenuhi banyak kafe dengan konsep menarik dan strategi promosi aktif. Namun, Maze Cafe tetap unggul melalui kualitas rasa, suasana nyaman, variasi menu, dan pelayanan ramah

Berdasarkan hasil analisis dari tabel diatas, menunjukkan bahwa Maze Cafe berada di industri dengan tingkat persaingan yang tinggi, terutama dari kompetitor sejenis dan produk pengganti. Ancaman pendatang baru juga cukup tinggi karena lokasi strategis. Daya tawar pembeli tinggi karena banyak pilihan kafe, sementara daya tawar pemasok rendah karena banyaknya alternatif. Maze Cafe perlu fokus pada inovasi menu, pelayanan, dan promosi untuk tetap bersaing.

3. Peta Strategis Industri

Tabel 3. Peta Strategis Industri Maze Cafe

No	Nama Kafe	Harga	Suasana	Keterangan
1	Maze Cafe	4	4	Harga di tengah-tengah, suasana bagus & bisa ditingkatkan
2	Equal Cafe	5	3	Harga tinggi dan suasana belum se-estetik Maze Cafe
3	Noel Coffee	5	5	Harga tinggi, suasana paling unggul diantara maze & equal



Gambar 1. Competitor Mapping Maze Cafe

4. Matriks Industri

Tabel 4. Matriks Industri Maze Cafe

Key Succes Factors	Weight	Maze Cafe		Equal Coffe		Noel Coffee	
		Rating	Score	Rating	Score	Rating	Score
Harga	0.10	4.1	0.41	4.3	0.43	4.3	0.43
Pelayanan	0.15	4.1	0.615	4.3	0.645	4	0.6

**Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Dalam Pengembangan Strategi Bisnis
Di Maze Cafe Eatery & Patisserie**

Variasi Menu	0.15	3.9	0.585	3.9	0.585	3.9	0.585
Cita Rasa	0.15	4	0.6	4.3	0.645	4.3	0.645
Lokasi	0.10	4	0.4	4	0.4	4	0.4
Suasana	0.10	3.8	0.38	3.7	0.37	4.3	0.43
Kualitas Bahan	0.10	4	0.4	4	0.4	4.1	0.41
Kebersihan	0.05	3.8	0.19	4	0.2	3.5	0.175
Parkir	0.05	3.6	0.18	3.7	0.185	3.8	0.19
Promosi & Iklan	0.05	3.6	0.18	4.6	0.23	3.7	0.185
Total	1.00		3.96		4.09		4.05

Dari tabel di atas dapat dianalisis bahwa Maze Café memperoleh skor total sebesar (3.96), sedikit lebih rendah dibandingkan Equal Coffee (4.09) dan Noel Coffee (4.05) yang menunjukkan daya saingnya cukup baik dikawasan Buah Batu, Bandung. Maze Cafe unggul dalam aspek harga dan lokasi, namun masih perlu meningkatkan pada aspek suasana, promosi dan iklan, serta kebersihan agar dapat bersaing lebih optimal dengan kompetitor.

5. Tabel EFAS/EFE

Tabel 5. Tabel EFAS/EFE Maze Cafe

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
Peluang (Opportunities)				
Lokasi strategis (dekat kampus, sekolah, perkantoran)	0.13	4	0.52	Meningkatkan traffic pengunjung berbagai segmen
Budaya Nongkrong + tren tempat estetik	0.14	3	0.42	Daya tarik besar untuk Gen-Z
Digital marketing & food delivery apps	0.11	4	0.44	Memperluas jangkauan pasar
Peluang jadi tempat creative community space	0.06	3	0.18	Menciptakan ruang yang nyaman dan pengalaman yang unik
Pelayanan ramah dan cepat	0.07	3	0.21	Meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan
Akses bahan baku mudah di dapat	0.06	3	0.18	Menjamin keberlangsungan operasional
Ancaman (Threats)				
Persaingan ketat	0.15	4	0.45	Posisi pesaing kuat
Sensitivitas terhadap harga	0.12	3	0.36	Gen-Z mudah berpindah tempat dan fomo
Produk substitusi	0.09	3	0.27	Gaya hidup serba instan mengurangi kunjungan fisik
Cuaca ekstrem ganggu area semi-outdoor	0.08	2	0.16	Kenyamanan pengnjung berkurang saat hujan
Tren hidup sehat sudah jadi preferensi konsumen	0.05	2	0.10	Perlu adaptasi menu dengan opsi rendah gula/sehat
Total	1.00		3.11	

Dengan total skor 3.11 Maze café tergolong dalam kategori yang baik dalam memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman. Namun, di tengah persaingan yang ketat dan ancaman pendatang baru, Maze Cafe perlu terus berinovasi pada konsep, menu, pelayanan, serta membuat bundling harga. Yang paling penting adalah aktif dalam promosi di media sosial.

Analisis Internal

Analisis faktor internal bertujuan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan dalam organisasi yang menjadi landasan dalam merancang strategi bersaing. Faktor-faktor ini meliputi:

1. Analisis VRIO (*Value, Rarity, Imitability, Organization*)

**Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Dalam Pengembangan Strategi Bisnis
Di Maze Cafe Eatery & Patisserie**

Sumber Daya	Value	Rare	Imitability	Organization	Kesimpulan	Penjelasan
Lokasi strategis (dekat kampus, sekolah, perkantoran)	✓	✗	✗	✓	Competitive Parity	Bernilai karena menarik, tetapi tidak langka & mudah ditiru, meski sudah terorganisasi
Desain tempat estetik & nyaman	✓	✗	✗	✓	Competitive Parity	Bernilai pengalaman pelanggan, umum, mudah ditiru, sehingga hanya setara dengan pesaing
Pelayanan ramah & nyaman	✓	✗	✗	✓	Competitive Parity	Layanan baik penting, tapi bukan hal yang langka dan bisa ditiru oleh banyak kompetitor
Digital marketing & food delivery apps	✓	✗	✗	✓	Competitive Parity	Penting secara operasional dan pemasaran, tapi mudah dijangkau dan umum digunakan
Akses bahan baku mudah	✓	✗	✗	✓	Competitive Parity	Akses mudah, tapi tidak memberikan keunikan, mudah didapatkan oleh pesaing juga
Menu produk kekinian (appetizer, maincourse, dessert, kopi, dll)	✓	✓	✗	✓	Temporary Competitive Advantage	Bernilai dan sedikit lebih unik, tapi tetap mudah ditiru (bisa segera diikuti tren oleh pesaing)
Tempat creative community space	✓	✓	✗	✓	Temporary Competitive Advantage	Bernilai (butuh konsep dan komunitas nyata) dan sudah terorganisasi namu bisa segera diikuti oleh pesaing

Gambar 2. Analisis VRIO Maze Cafe

Berdasarkan analisis VRIO, sebagian besar sumber daya Maze Cafe memiliki nilai tetapi mudah untuk ditiru, sehingga hanya menciptakan kesamaan dalam daya saing. Menu kekinian dan konsep area komunitas menawarkan kelebihan sementara, tetapi tetap mudah untuk ditiru. Karena itu, diferensiasi dan inovasi yang berkelanjutan sangat diperlukan untuk menciptakan keunggulan yang lebih kokoh dan sulit disaingi.

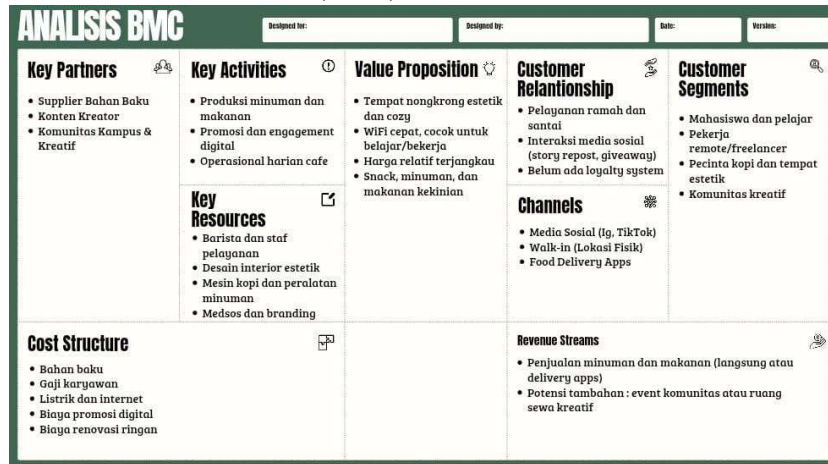
2. Analisis Rantai Nilai (*Value Chain*)



Gambar 3. Rantai Nilai (*Value Chain*) Maze Cafe

Struktur rantai nilai di Maze Cafe menunjukkan integrasi antara aktivitas utama dan aktivitas pendukung, dengan fokus pada kualitas bahan ,layanan, dan didukung oleh promosi digital yang menargetkan anak muda, terutama Gen-Z. Dukungn SDM dan infrastruktur menunjang konsistensi layanan, sedangkan teknologi meningkatkan kecepatan serta visibilitas merek. Dengan demikian, Maze Cafe memiliki keunggulan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang bernilai.

3. Analisis *Business Model Canvas* (BMC)



Gambar 4. *Business Model Canvas* Maze Cafe

Analisis Business Model Canvas menunjukkan bahwa Maze Cafe menargetkan pada generasi muda dengan menawarkan tempat estetik, Wi-Fi cepat, dan menu kekinian. Distribusi dilakukan melalui media sosial, walk-in, dan aplikasi food delivery dengan hubungan pelanggan dibangun lewat pelayanan ramah meskipun belum memiliki sistem loyalitas. Sumber daya utama mencakup karyawan, interior, dan merek, dengan aktivitas utama berupa operasional harian dan pemasaran. Pendapatan diperoleh dari penjualan makanan dan minuman, serta tambahan dari acara komunitas.

4. Analisis Teknologi

Maze Cafe telah menggunakan berbagai teknologi untuk mendukung operasi dan pemasaran, meskipun penerapannya masih pada tingkat awal dan belum maksimal. Dalam aspek produksi, kafe ini memanfaatkan mesin kopi, timbangan digital, tamper, serta alat perkopian lainnya untuk memastikan konsistensi dan ketepatan sajian. Dalam aspek operasional digital, Maze Cafe telah menerapkan aplikasi kasir digital untuk mencatat transaksi, mencetak struk, serta memantau penjualan harian, dan juga menawarkan sistem pemesanan berbasis QR code untuk memudahkan pelanggan. Sementara itu, dalam pemasaran *digital*, Instagram dan TikTok dimanfaatkan sebagai *platform* utama untuk memperkuat citra visual dan menjalin interaksi langsung dengan pelanggan.

5. Analisis Sumber Daya

Maze Cafe memiliki sumber daya yang cukup lengkap dan terstruktur untuk mendukung kelangsungan operasional bisnisnya. Dalam hal sumber daya manusia, kafe ini dikelola oleh pemilik, Ibu Lilim, yang berfungsi sebagai penyedia modal dan pengambil keputusan strategis, bersama manajer operasional, A Rama, serta tim keuangan, tim pemasaran, dan karyawan seperti barista, koki, dan service yang aktif melaksanakan kegiatan sehari-hari. Dari segi finansial, modal awal berasal dari dana pribadi pemilik untuk pengadaan aset tetap, sedangkan pendapatan harian digunakan untuk biaya operasional dan gaji, serta sebagian dialokasikan sebagai tabungan bagi pemilik. Sumber daya fisik terdiri dari gedung dengan zona dalam ruangan dan semi-luar ruangan, mesin kopi, peralatan memasak, serta sarana penunjang seperti meja, koneksi Wi-Fi, dan dekorasi yang meningkatkan kenyamanan pengunjung. Maze Café

menggunakan bahan baku utama seperti kopi, susu, bahan makanan ringan, serta perlengkapan kemasan untuk penyajian *dine-in* dan *take-away*.

6. Tabel IFAS

Tabel 6. Tabel IFAS Maze Cafe

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
Kekuatan (Strenght)				
Lokasi strategis (dekat kampus, sekolah, perkantoran)	0.13	4	0.52	Menjangkau mahasiswa, pelajar, pekerja kantor dengan mudah
Tempat nongkrong estetik dan cozy	0.14	3	0.42	Jadi daya tarik untuk nongkrong dan foto
Menu kekinian dan variatif	0.11	4	0.44	Menarik konsumen muda
Aktif di media sosial	0.06	3	0.18	Meningkatkan engagement dan brand awerness
Pelayanan ramah dan cepat	0.07	3	0.21	Meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan
Kelemahan (Weaknesses)				
Belum ada sistem loyalitas pelanggan	0.10	3	0.30	Membuat konsumen mudah pindah ke kompetitor
Menu belum menyesuaikan tren hidup sehat	0.09	2	0.18	Tidak sesuai dengan preferensi segmen konsumen yang semakin health-conscious
Teknologi Digital Belum Optimal	0.12	4	0.48	Belum ada (CRM) dan dashboard penjualan terintegrasi
Karyawan belum terlatih penuh	0.09	2	0.18	Perlu pelatihan untuk menjaga kualitas layanan
Belum maksimal integrasi dengan food delivery apps	0.08	3	0.24	Menjadi kendala dalam menjangkau segmen online delivery
Total	1		3.15	

Berdasarkan analisis IFAS, Maze Cafe nilai total IFAS sebesar 3.15 menandakan bahwa Maze Cafe berada dalam posisi internal yang sangat kuat, dan dapat memanfaatkan kekuatan tersebut untuk mengembangkan usaha lebih lanjut.

7. Matriks IE

		THE IFAS TOTAL WEIGHTED SCORES		
		<i>Strong</i> 3.0 to 4.0	<i>Average</i> 2.0 to 2.99	<i>Weak</i> 1.0 to 1.99
THE EFAS TOTAL WEIGHTED SCORES	High 3.0 to 4.0	I	II	III
	Medium 2.0 to 2.99	IV	V	VI
	Low 1.0 to 1.99	VII	VIII	IX

Gambar 5. Matriks IE Maze Cafe

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS, Maze Cafe memperoleh skor IFAS sebesar 3,15 dan EFAS sebesar 3,11. Skor ini menunjukkan bahwa Maze Cafe memiliki kekuatan internal yang tinggi dan peluang eksternal yang besar. Dengan demikian, posisi perusahaan berada pada Kuadran I dalam Matriks IE (Internal-External), yaitu posisi Tinggi-Tinggi.

8. Analisis TOWS

Internal Factors (IFAS) Eksternal Factors (EFAS)		STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
		S1. Lokasi strategis S2. Tempat estetik dan cozy S3. Menu kekinian dan variatif S4. Aktif media sosial S5. Pelayanan ramah dan cepat	W1. Belum ada loyalitas W2. Belum menyesuaikan tren hidup sehat W3. Persaingan kuat W4. SDM belum terlatih penuh W5. Belum maksimal integrasi delivery apps
		S/O STRATEGIES	W/O STRATEGIES
OPPORTUNITIES (O)		O1, S2 + O1, O3. Memanfaatkan lokasi & tempat estetik untuk mengadakan event komunitas, belajar, open mic S3, S4 + O2. Promosi menu viral lewat medsos, collab dengan influencer lokal S5 + O2. Tingkatkan engagement melalui layanan ramah + interaksi konten pelanggan di media sosial	W1 + O2. Buat sistem loyalitas digital (stempel poin, diskon member) untuk meningkatkan retensi W2 + O4. Tambahkan menu sehat (low sugar, oat milk, salad bowl, granola bar, greek yogurt cup, dll) untuk menjawab tren Gen-Z
		S/T STRATEGIES	W/T STRATEGIES
THREATS (T)		T1, S2 + T1, T3. Branding suasana estetik untuk membedakan dari kompetitor yang menjual produk serupa S5 + T4. Optimalisasi area indoor untuk musim hujan, tetap nyaman bagi pelanggan	W3 + T1. Berikan pelatihan hospitality untuk memberikan layanan lebih unggul dari pesaing W5 + T2. Integrasi penuh dengan food delivery apps + buat paket hemat khusus pemesanan online

Gambar 6. Analisis TOWS

Berdasarkan analisis TOWS, dapat disimpulkan bahwa strategi yang paling tepat untuk café ini adalah memanfaatkan kekuatan internal seperti lokasi strategis, suasana, dan aktivitas digital untuk menjawab peluang eksternal seperti tren nongkrong, marketing digital, dan preferensi Gen-Z. Di sisi lain, kelemahan seperti kurangnya sistem loyalitas, kurangnya menu sehat dan keterbatasan SDM harus segera diperbaiki agar tidak diperparah. Kafe ini memiliki potensi untuk berkembang secara berkelanjutan dan unggul dalam persaingan dengan merencanakan strategi yang seimbang antara ofensif dan defensif.

Perumusan Strategi

Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal, strategi pengembangan Maze Cafe difokuskan pada pendekatan pertumbuhan yang agresif. Maze Cafe unggul dalam lokasi yang strategis, desain estetik, dan pelayanan yang ramah, tetapi masih memiliki kelemahan dalam sistem loyalitas, inovasi pada menu sehat, dan penggunaan teknologi digital. Dalam suasana persaingan yang sengit, kesempatan tetap ada melalui platform media sosial dan komunitas kreatif. Maka dari itu, strategi yang disarankan meliputi peningkatan diferensiasi, pengembangan produk dan pasar, digitalisasi layanan, serta integrasi vertikal untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing.

Strategi Pengembangan yang Direkomendasikan

Strategi pengembangan yang direkomendasikan untuk Maze Cafe Eatery & Patisserie adalah strategi pertumbuhan yang agresif, sesuai dengan posisi bisnis yang terletak pada Kuadran I dalam Matriks IE. Strategi ini mencakup beberapa pendekatan inti, seperti *market penetration* melalui promosi berkala untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan, *market development* dengan mendirikan cabang baru di lokasi strategis lain, serta *product development* dengan menambah menu sehat dan musiman yang sesuai dengan tren konsumen. Selain itu, strategi *forward integration* bisa diterapkan dengan menciptakan layanan pre-order dan sistem pemesanan digital mandiri, sedangkan *backward integration* dilakukan melalui kerja sama langsung dengan pemasok bahan baku atau memproduksi sendiri bahan utama tertentu. Memperkuat diferensiasi

lewat suasana estetika, kerjasama komunitas, serta digitalisasi dalam pemasaran dan layanan juga krusial untuk menjaga daya saing. Dengan menerapkan strategi ini secara berkesinambungan, Maze Cafe berpotensi untuk menjadi lebih inovatif, efisien, dan adaptif di tengah persaingan industri makanan yang terus berubah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian di Maze Cafe Eatery & Patisserie menunjukkan bahwa strategi bisnis yang efektif adalah dengan menerapkan pendekatan pertumbuhan agresif, sesuai dengan letak bisnis dalam Kuadran I Matriks IE. Strategi ini muncul sebagai reaksi terhadap kekuatan internal penting seperti lokasi yang strategis, konsep estetik, dan layanan yang baik, serta peluang eksternal yang ada melalui budaya berkumpul dan penggunaan media sosial. Namun, masih ada kelemahan internal seperti belum terbangunnya sistem loyalitas pelanggan, terbatasnya inovasi menu sehat, dan pemanfaatan teknologi digital yang belum maksimal. Hasil ini mengindikasikan bahwa Maze Cafe harus memperkuat aspek diferensiasi, mengembangkan produk dan pasar, serta mengintegrasikan teknologi untuk menjaga dan meningkatkan daya saingnya. Penulis mendorong Maze Cafe untuk segera meluncurkan sistem pemesanan digital dan program loyalitas pelanggan, serta menjajaki kesempatan kemitraan dengan komunitas kreatif sebagai strategi kolaboratif. Penelitian ini terbatas dalam periode pengamatan dan terpusat pada satu lokasi, sehingga untuk penelitian berikutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak objek perbandingan serta menerapkan pendekatan kuantitatif agar hasil analisis bisa lebih terukur dan dapat diterapkan dalam skala yang lebih luas..

DAFTAR REFERENSI

- Arifudin, Opan, Rahman Tanjung, and Yayan Sofyan. 2020. "Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi." *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi* 177.
- Aryanti, Jessica, and Umi Kaltum. 2023. "Analisis Strategi Persaingan PT Kalbe Farma Tbk." *JURNAL MANAJEMEN DAN PELAYANAN FARMASI (Journal of Management and Pharmacy Practice)* 13(4):278–94. doi: 10.22146/jmpf.85958.
- Fitriani, Fitriani, Bina Unteawati, Sutarni Sutarni, Cholid Fatih, and Zainal Mutaqin. 2021. "Peningkatan Daya Saing Ukm Olahan Ubikayu: Pendekatan Rantai Nilai." *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis* 17(2):185. doi: 10.20961/sepa.v17i2.44423.
- Ifas, Matriks, Grand Strategy, and Eka Santi Agustina. 2024. "Analisis SWOT Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro , Kecil Dan Menengah Locy Cahaya Bersaudara Menggunakan." 13:266–74.
- Iswanda, Rian, and Haripin. 2024. "Analisis Strategi Pada Perusahaan McDonald's Dengan Menggunakan Porter's Five Forces Model Article Info ABSTRAK." *Sanskara Manajemen Dan Bisnis* 2(02):124–32. doi: 10.58812/smb.v2i02.
- Mutiara, Putri Bintang. 2021. "Analisis Matriks Ifas Dan Efas Pt Unilever Tbk Pada Pandemi Covid-19." *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 14(2):363–71. doi: 10.46306/jbbe.v14i2.90.
- Nasution, Regi Utami. 2022. "Strategi Memulai Bisnis Baru Dalam Berwirausaha." *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 3(3):163. doi: 10.36418/syntax-imperatif.v3i3.164.
- Qanita, Ariza. 2020. "Analisis Strategi Dengan Metode Swot Dan Qspm (Quantitative Strategic

- Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'Gruz Caffè Di Kecamatan Bluto Sumenep.”
Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen 1(2):11–24. doi: 10.15575/jim.v1i2.10309.
- Rahmatullah, Febri, Bayu Wijayantini, and Yohanes Gunawan Wibowo. 2023. “Analisis RBV (Resources Based View) Untuk Menentukan.” *Journal of Economics, Assets, and Evaluation* 1(2000):1–17.
- Rosani, Ichsan Iqbal, Dewi Purwanti, and Al Ahadid Wahyu Putra. 2021. “Analisis Pestel Pada Lazismu Kalimantan Barat.” *Journal of Islamic Economics* 2(2):29–37.
- Universitas, Bisnis, and Wijaya Putra. 2024. “KOMPETITIF KEMAMPUAN BERTAHAN DAN BERTUMBUH PERUSAHAAN DEALER PT . MITRA PHINASTIKA MUSTIKA.” 3(2):46–58.
- Wardana, Muhammad Harsa, and Farida Djumiati Sitania. 2023. “Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas Pada Kedai Kabur Bontang.” *Jurnal Teknik Industri (JATRI)* 1(1):10–17. doi: 10.30872/jatri.v1i1.492.
- Widiyanti, Diah, and Harti Harti. 2021. “Pengaruh Self-Actualization Dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Kekinian Pada Generasi Milenial Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 15(1):50–60. doi: 10.9744/pemasaran.15.1.50-60.
- PergiKuliner. n.d. “Maze Cafe, Buah Batu, Bandung - Lengkap: Menu Terbaru, Jam Buka & No Telepon, Alamat.” *N.D.* Retrieved June 20, 2025 (<https://pergikuliner.com/restaurants/bandung/maze-cafe-buah-batu>).