

Peta Strategi Bisnis Menggunakan Metode Strength Weakness Opportunity Threats (SWOT) Dan Metode Balance Score Card (Studi Kasus Toko Gantar Plastik)

Iyat Ratna Komala

Fakultas Teknologi Informasi Universitas Sebelas April Sumedang

Email ; iratna@unsap.ac.id

Abstract Information systems strategic planning must support the business strategy planning of an organization. This is done so that the organization's business goals are achieved. Therefore, this research aims to create a business strategy map at the Gantar Plastik Store based on vision, mission, strategic targets, key performance indicators (KPI), environmental analysis within and outside the organization using the Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) method and making a map. strategy using the Balance Score Card (BSC) method. Based on the analysis and results of the SWOT method calculations that have been carried out, a proposal is obtained, namely an aggressive strategy, because the resulting values for IFE = 0.39 and EFE = 0.56. So, based on the results of the calculations and visualization of the diagram, the Gantar Plastik Shop is proposed to take aggressive strategic steps, meaning that the shop must expand because the strengths and opportunities are large while the threats and weaknesses are small. The next method used is the Balance Score Card method, this method has 4 perspectives, namely Learning and Growth, Internal Process, Customer and Financial. So that the proposed strategy map is given precisely, according to the target, with detailed targets and specific improvement proposals.

Keywords: Strategic Planning, Information System, Business Strategy Map, SWOT, BSC.

Abstrak Perencanaan strategi sistem informasi harus mendukung perencanaan strategi bisnis suatu organisasi. Hal ini dilakukan agar tujuan bisnis organisasi tercapai. Oleh karenanya penelitian ini bertujuan untuk membuat peta strategi bisnis yang ada di Toko gantar Plastik berdasarkan visi, misi, sasaran strategi, *key performance indicators* (KPI), Analisa lingkungan dalam dan luar organisasi dengan menggunakan metode Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) dan pembuatan peta strategi dengan metode Balance Score Card (BSC). Berdasarkan Analisa dan hasil perhitungan metode SWOT yang telah dilakukan maka diperoleh usulan strategi Agresif, karena hasil nilai untuk IFE = 0,39 dan EFE = 0,56. Maka berdasarkan hasil perhitungan dan visualisasi diagram pihak Toko Gantar Plastik diusulkan untuk mengambil langkah strategi Agresif, artinya pihak Toko harus melakukan ekspansi karena kekuatan dan peluang besar sementara ancaman dan kelemahan kecil. Metode selanjutnya yang digunakan yaitu metode Balance Score Card, dalam metode ini memiliki 4 perspektif yakni *Learning and Growth, Internal Process, Customer dan Financial*. Sehingga usulan peta strategi diberikan tepat, sesuai sasaran memiliki rincian target dan usulan perbaikan yang spesifik.

Kata Kunci: Perencanaan Strategi, System Informasi, Peta Strategi Bisnis, SWOT, BSC.

LATAR BELAKANG

Dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk terutama di daerah Indramayu bagian barat, maka meningkat pula kebutuhan akan barang sekunder seperti perabot, elektronik, alat tulis kantor dsb. Walaupun era sekarang sudah marak menggunakan e-commerce, namun sebagian besar masyarakat masih membeli dengan cara datang langsung ke toko. Hal ini dipengaruhi beberapa hal seperti : kecenderungan pembeli adalah ibu rumah tangga karena perabot merupakan kebutuhan dari ibu rumah tangga. Alasan lain karena daerah Indramayu bagian barat yang merupakan perluasan dari Kab. Indramayu inti ini merupakan daerah transisi yang berbatasan dengan Kab. Sumedang, Kab.Subang dan Kab. Kadipaten sehingga jauh dari kota kabupaten maka masyarakat daerah sekitar lebih cenderung untuk memilih ke daerah Gantar sebagai kota penyangga. Berikut ini tabel jumlah pertumbuhan penduduk khususnya daerah Gantar yang mengalami peningkatan:

Received: Desember 13, 2023; Accepted: Februari 05, 2024; Published: Maret 28, 2024

* Iyat Ratna Komala, iratna@unsap.ac.id

Tabel 1. Tabel Penduduk Gantar Kab. Indramayu

Wilayah Kecamatan	Penduduk Menurut Jenis Kelamin (Jiw)					
	Laki-laki			Perempuan		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Haurgeulis	46 342	46 468	46 688	45 132	45 365	45 501
Gantar	30 492	30 892	30 962	29 840	30 298	30 261
Kroya	34 023	33 372	33 656	33 153	32 640	32 893
Gabuswetan	29 728	29 109	29 327	29 822	29 188	29 392
Cikédung	20 612	20 366	20 489	20 878	20 658	20 762
Terisi	29 151	28 701	28 902	28 435	28 014	28 212
Lelea	24 851	24 204	24 300	25 056	24 467	24 530
Bangodua	15 502	15 196	15 365	15 311	14 978	15 127
Tukdana	29 222	28 458	28 781	29 410	28 508	28 893
Widasari	19 433	19 011	19 199	19 126	18 677	18 906
Kertasemaya	32 606	31 755	31 929	32 219	31 377	31 518
Sukagumiwang	18 615	18 183	18 214	18 683	18 277	18 248

Sumber : BPS Kab.Indramayu 2022

Berdasarkan peta demografi di lingkungan daerah sekitar Gantar, toko-toko sejenis pun sudah ada, namun berjarak kisaran $\pm 10-15$ km, sehingga hal ini menjadikan daerah Gantar khususnya Toko Gantar Plastik menjadi alternatif untuk memenuhi kebutuhan terutama dibidang peralatan rumah tangga dan alat tulis kantor (ATK).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan penulis, pihak Toko sudah menggunakan bantuan aplikasi untuk memproses transaksi penjualannya, namun masih terkendala beberapa hal misalnya : jumlah barang yang harus dikelola yang mencapai 1837 item sementara hanya 20% barang yang sudah memiliki kode bar (Barcode) dari pabriknya, sementara tenaga kerja hanya 3 orang sehingga proses transaksi masih lambat karena barang yang diinput berdasarkan kode barang atau bahkan hanya berdasarkan nama barang. Kalaupun ada beberapa barang yang sudah diproses untuk memiliki barcode memerlukan waktu pendataan ± 2 menit per item barangnya. Sementara jumlah transaksi per 3 bulan terakhir diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 2. Jumlah Transaksi dan Produk terjual

No.	Bulan	Jumlah Transaksi	Jumlah produk terjual
1	September	776	3.184
2	Oktober	1.245	5.147
3	November	1.496	5.852

Sumber (penulis 2023)

Selain itu belum adanya pembagian tugas dan standar operasional procedure (SOP) yang jelas untuk setiap proses bisnis menjadikan kegiatan transaksi kurang maksimal, misalnya untuk pengelolaan data barang harga barang mana saja yang masuk kategori grosir atau eceran belum muncul dalam aplikasinya, jadi walaupun sudah menggunakan aplikasi pihak kasir masih tetap menelfon untuk mengkonfirmasi harga jual ke pemilik jika ada pembelian dengan jumlah banyak.

Dalam menjalankan aktifitas bisnisnya Toko Gantar Plastik belum memiliki perencanaan bisnis yang komprehensif dan terstruktur, sehingga masih menggunakan konsep *trial error*. Kalaupun sudah ada aplikasi yang digunakan masih bersifat tambal sulam, karena belum adanya perencanaan bisnis yang terstruktur. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk membuat perencanaan dan peta strategi bisnis yaitu metode BSC, karena dalam metode BSC memberikan 4 perspektif seperti : pembelajaran dan pertumbuhan, proses internal, pelanggan dan keuangan. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk membuat peta strategi bisnis dengan menggunakan metode Balance Score Card dengan studi kasus Toko Gantar Plastik, diharapkan Toko Gantar Plastik akan memiliki perencanaan dan evaluasi yang jelas untuk mencapai target bisnisnya, bahkan dapat dijadikan sebagai media komunikasi antara pemilik dengan karyawan.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka perlu kiranya Toko Gantar Plastik memiliki peta strategi bisnis sehingga memiliki *Master plan* atau *Bisnis plan* yang dapat mencapai visi dan misinya. Oleh karenanya penulis akan mengkaji tentang Peta Strategi Bisnis dengan menggunakan metode Balance Score Card dengan studi kasus Toko Gantar Plastik.

KAJIAN TEORITIS

SWOT merupakan singkatan dari kekuatan (Strengths), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) di suatu lingkungan perusahaan atau organisasi. SWOT digunakan untuk menilai kekuatan – kekuatan dan kelemahan - kelemahan dari sumber -sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan - kesempatan eksternal dan tantangan - tantangan yang dihadapi.

Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi. Dengan analisa SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor eksternal, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan [1].

Balance Scorecard merupakan pengukuran kinerja yang dikembangkan oleh Kaplan dan Norton dimana digunakan untuk mengukur kinerja *management* atau *strategic management system* dari visi dan strategi perusahaan dan diterjemahkan ke dalam aspek

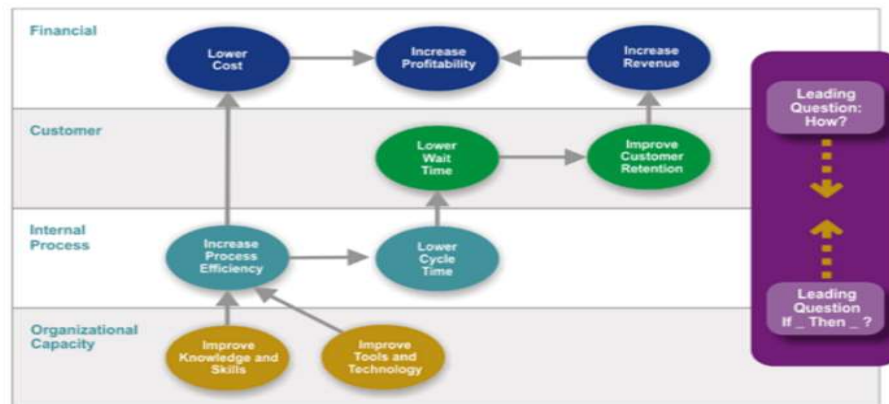
penting dalam suatu bisnis. Dalam melakukan penyusunan *balance scorecard*, ada empat perspektif yang harus dilakukan, antara lain : [5]

1. *Financial Perspective* : bagaimana kita memuaskan saham ?
2. *Customer Perspective*: bagaimana kita memuaskan pelanggan ?
3. *Internal Business Perspective* : terdiri dari 3 prosess bisnis utama yaitu inovasi, operasi dan *aftersales services*.
4. *Learning and Growth Perspective* : terdiri dari 3 ukuran antara lain mengenai kepuasan pekerja, retensi pekerja dan produktivitas pekerja.

Perhitungan metode BSC melibatkan penentuan indikator kunci kinerja (KPI) untuk setiap perspektif, pengumpulan data, dan analisis untuk mengukur pencapaian tujuan strategis.

Langkah Perhitungan Metode Balance scor card dilakukan dengan cara [5] :

1. Mengidentifikasi sasaran-sasaran strategis (strategic objectives)
2. Menentukan key performance indicators(KPI) untuk setiap sasaran strategis.
3. Menetapkan angka-angka target untuk semua KPI.



Reference: The Institute Way: Simplify Strategic Planning & Management with the Balanced Scorecard.

Gambar 1. Menetapkan Angka Target

Peta strategi adalah grafik sederhana yang menunjukkan hubungan sebab-akibat yang logis antara tujuan-tujuan strategis (ditunjukkan dalam bentuk oval pada peta). Ini adalah salah satu elemen paling kuat dalam metodologi Balanced Scorecard, karena digunakan untuk mengkomunikasikan dengan cepat bagaimana nilai diciptakan oleh organisasi.[6]

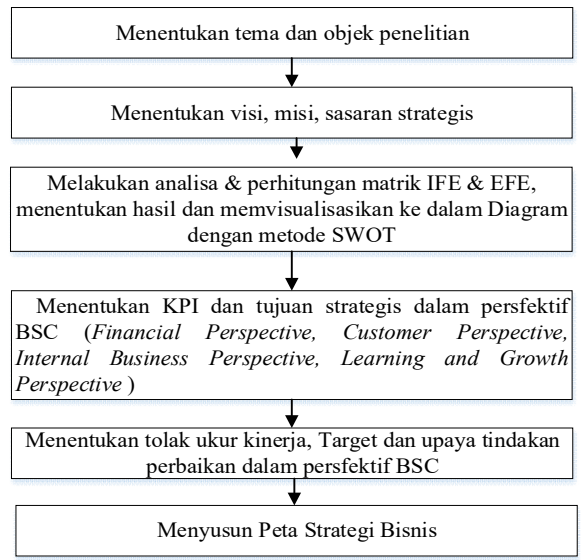
Dalam arti yang paling luas, pengertian KPI (Key Performance Indicator) adalah alat atau matriks pengambilan keputusan yang berguna untuk memudahkan organisasi atau perusahaan dalam mengukur kinerja individual serta membantu mengevaluasi kinerja organisasi itu sendiri untuk mencapai tujuan visi strategi yang dimiliki. [5]

Penentuan KPI dilakukan karena memiliki manfaat seperti : untuk mengukur performa, membuat target lebih terukur, membantu akuntabilitas Perusahaan, meningkatkan semangat kerja.

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian yang dilakukan dimulai dengan menentukan tema dan objek penelitian, lalu menentukan visi, misi, sasaran strategi. Setelah itu melakukan analisa & perhitungan matrik IFE & EFE, menentukan hasil dan memvisualisasikan ke dalam Diagram dengan metode SWOT.

Menentukan KPI dan tujuan strategis dalam perspektif BSC (*Financial Perspective, Customer Perspective, Internal Business Perspective, Learning and Growth Perspective*), lalu menentukan tolak ukur kinerja, Target dan upaya tindakan perbaikan dalam perspektif BSC dan terakhir melakukan penyusunan peta strategi bisnis. Urutannya disusun seperti berikut ini :



Gambar 2. Metodologi Penelitian Sumber (Penulis, 2024)

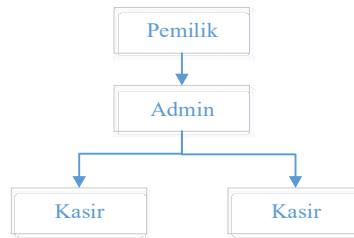
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisa dan Hasil Usulan Strategi dengan Metode SWOT

Evaluasi terhadap strategi yang dilakukan oleh sebuah organisasi seharusnya dilakukan secara berkala, hal ini karena situasi dan kondisi yang ada setiap saat dapat berubah. Oleh karenanya walaupun telah dilakukan kajian terhadap usulan strategi terhadap Toko Gantar Plastik sebelumnya[3], namun pada pembahasan ini, penulis juga menambahkan bagaimana penyusunan peta strategi bisnis dengan menggunakan metode BSC.

Toko Gantar Plastik berdiri tahun 2019, yang bertempat di Ds.Gantar Kec.Gantar Kab,Indramayu. Toko ini menjual beragam item barang seperti peralatan rumah tangga, peralatan kebersihan, peralatan dapur, lemari, kursi, alat elektronik, beragam plastic, bunga – bunga *artificial*, beragam karpet, sampai ke alat tulis kantor. Toko Gantar Plastik memiliki visi yaitu : “ Menjadi pemimpin pasar dalam bidang peralatan rumah tangga dan alat tulis kantor pada tahun 2025 untuk daerah Gantar dan sekitarnya”.

Toko Gantar Plastik memiliki stuktur organisasi yang diatur dan dikontrol langsung oleh pemilik, dibawahnya memiliki admin dan kasir. Hal ini dapat dilihat seperti gambar berikut:



Gambar 3. Struktur organisasi (Sumber : Penulis 2024)

Untuk dapat melakukan usulan strategi maka berikut ini faktor - faktor hasil analisa lingkungan dalam berupa Kekuatan dan Kelemahan (Internal Factors Evaluation - IFE) yaitu :

1. Kekuatan

- a). Manajemen.
- b). Sumber Daya Manusia / Karyawan
- c). Keuangan
- d). Teknologi dan Inovasi.
- e). Produk dan harga
- f). Tempat

2. Kelemahan

- a). Hanya beberapa barang dari pabrik (PT) langsung.
- b). Tidak melakukan promosi dengan menggunakan media apapun.
- c). Kelambatan pendataan barang sementara data yang harus dikelola mencapai 2.074 item.
- d). Terkadang ada kelambatan Packing saat ada karyawan yang libur.
- e). Jumlah tenaga kerja Hanya ada 3 orang

Untuk dapat melakukan usulan strategi maka berikut ini faktor - faktor hasil analisa lingkungan luar berupa Peluang dan Tantangan (Ekternal Factors Evaluation - EFE)

1. Peluang(O)

- a). Menjadi destinasi pelanggan.

- b). Memiliki peluang bekerjasama dengan PT.
- c). Berkolaborasi dengan Penjual lain.
- d). Penambahan item barang lain walaupun tidak sejenis.

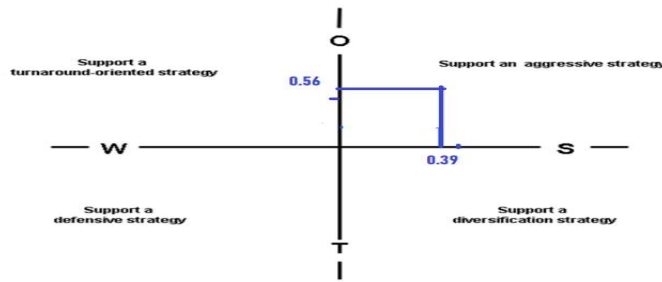
2. Ancaman (T)

- a). Memungkinkan munculnya kompetitor Toko lain.
- b). Memungkinkan terjadinya pencurian barang dari orang yang tidak bertanggung jawab.
- c.) Daya beli Masyarakat yang mengandalkan musim tertentu misalkan saat musim panen.

Tabel 3. Perhitungan Matrik IFE (Internal Factors Evaluation)

No	Faktor Internal (IFE)	Bobot (B)	Rating (R)	Nilai = B*R	No	Faktor Internal (IFE)	Bobot (B)	Rating (R)	Nilai = B*R
A.	Kekuatan (S)				B.	Kelemahan(W)			
1.	Manajemen	0,19	4	0,76	1.	Supplier	0,18	3	0,54
2.	SDM	0,22	4	0,88	2.	Promosi	0,20	3	0,60
3.	Teknologi & Inovasi	0,22	3	0,66	3.	Kecepatan pendataan barang	0,25	4	1,00
4.	Variasi Produk dan harga	0,23	4	0,92	4.	Kecepatan packing	0,23	3	0,69
5.	Tempat	0,14	3	0,42	5.	Jumlah karyawan	0,14	3	0,42
	Jumlah	1,00		3,64		Jumlah	1,00		3,25

Nilai (S) = 3,64; nilai (W) = 3,25. Terlihat (S) > (W). Nilai akhir untuk IFE = 3,64 – 3,25 = 0,39. Nilai ini diletakan pada sumbu horizontal (S). Nilai (O) = 3,56, nilai (T) = 3,00. Terlihat (O) > (T). Nilai akhir untuk EFE = 3,56 – 3,00 = 0,56. Nilai ini diletakan pada sumbu vertikal (O). Visualisasi penilaian dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 4. Visualisasi SWOT

Tabel 4. Perhitungan Matrix EFE (External Factor Evaluation)

N	Faktor Eksternal yang Signifikan	Bobot (B)	Rating (R)	NA = B*R	N	Faktor Eksternal yang Signifikan	Bobot (B)	Rating (R)	NA = B*R
A	Peluang (O)				B.	Threats(T)			
1.	Destinasi pelanggan	0,30	4	1,20	1.	Kompetitor	0,30	3	0,90
2.	Kerjasama PT	0,23	4	0,92	2.	Pencurian Barang	0,20	3	0,60
3.	Kolaborasi Penjual lain	0,22	2	0,44	3.	Daya beli masyarakat	0,50	3	1,50
4.	Penambahan barang lain	0,25	4	1,00					
	Jumlah	1,00		3,56		Jumlah	1,00		3,00

Berdasarkan hasil visualisasi Diagram SWOT maka menunjukkan berada di kuadran 1, yakni pihak Toko direkomendasikan untuk melakukan strategi agresif, artinya pihak Toko harus melakukan ekspansi karena kekuatan besar dan peluang besar, sementara kelemahan dan tantangan kecil.

Tahap Penentuan Sasaran, Arah dan Strategi

1. Formulasi Strategi

- 1) Menyiapkan strategi untuk memulai bisnis
- 2) Memilih dan menetapkan strategi yang akurat tepat sesuai Analisa dan perhitungan yang direkomendasikan seperti yang sudah dihitung dengan menggunakan metode SWOT.

2 Implementasi Strategi

- 1) Memotivasi karyawan agar senang dan nyaman bekerja.
- 2) Memberikan reward berupa bonus berdasar jumlah omset.
- 3) Menetapkan kebijakan kepada karyawan selama 3 bulan (Masa Training).
- 4) Menjalankan prinsip usaha yang bersifat kekeluargaan.
- 5) Memberikan spirit berupa kajian materi dari sisi agama untuk membekali nilai – nilai kejujuran, tepat waktu, tanggung jawab dan nilai luhur lainnya dalam bekerja.
- 6) Memberikan pelatihan informal pada karyawan agar lebih piawal dalam bidang penggunaan komputer terutama cara penggunaan aplikasi, MS word dan MS.Excel.
- 7) Menyiapkan budget untuk karyawan agar salary, insentif, kompensasi, bonus (bonus tambahan dari setiap penjualan) dan uang bensin diterima tepat waktu oleh karyawan.
- 8) Memberikan waktu libur dalam bekerja
- 9) Menyiapkan budget untuk membeli bahan, membuat kaos dll nya.

3. Pengendalian Strategi

- 1) Melakukan evaluasi harian, mingguan, bulanan, dan tahunan.
- 2) Melakukan briefing terlebih dahulu sebelum bekerja.
- 3) Melakukan koreksi jika terjadi kesalahan dan ketoledoran yang dilakukan oleh karyawan.

Penyusunan Peta Strategi dengan BSC

Untuk dapat melakukan penyusunan peta strategi maka terlebih dahulu ditentukan factor-faktor penentu keberhasilan(KPI) dan tujuan strategisnya berdasarkan perspektif BSC, seperti tersaji dalam tabel berikut ini:

Tabel 5. Faktor -faktor Penentu Keberhasilan & Tujuan Strategis

FINANCIAL		PELANGGAN	
FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN	TUJUAN STRATEGIS	FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN	TUJUAN STRATEGIS
Laba	Meningkatkan laba	Pelanggan balik dan bertambah	Penambahan pelanggan
Modal	Meningkatkan Modal	Popularitas toko	Toko lebih dikenal
Rentabilitas	Meningkatkan Rentabilitas	Pangsa pasar luas	Pangsa Pasar lebih luas
PROSES INTERNAL		LEARNING AND GROWTH	
Tercipta rasa kekeluargaan	Menumbuhkan suana kekeluargaan	Kontrol pemilik	Pemilik sebagai pengendali semua aktifitas
Tercipta kebersamaan	Menumbuhkan rasa kebersamaan	Pengurangan biaya	Mengurangi biaya yang tidak diperlukan
Kerja tim efektif	Waktu kerja lebih efisien	Komunikasi efektif dan nyaman	Terjadinya komunikasi yang tepat dan nyaman
Variasi produk sesuai kualitas dan harga	Pemilihan variasi produk sesuai kualitas dan harga	karyawan kompeten dan terampil	Karyawan memiliki keahlian dan terampil sesuai job
Layanan cepat	Proses layanan efektif	Komunikasi yang baik	Kejujuran dalam berkomunikasi

Selanjutnya penyusunan peta strategi dan proses pengendalian harus mencerminkan KPI, tujuan strategis, tolak ukur kinerja, target, usulan strategi dan bagian mana yang dilibatkan secara struktur organisasi. Penjelasan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

No	Perspektif BSC	Faktor Penentu Keberhasilan	Tujuan Strategis	Tolak Ukur Kinerja	Target		Usulan strategi	Bagian penanggung jawab
					Smt 1	Smt 2		
1	Learning and Growth	Kontrol pemilik	Pemilik sebagai pengendali semua aktifitas	1. berkurangnya keluhan pelanggan	10% dari total keluhan pelanggan	15% dari total keluhan pelanggan	Tindakan eksekusi yang tidak ada dalam system selalu disampaikan terlebih dahulu ke pemilik	Karyawan
		Pengurangan biaya	Mengurangi biaya yang tidak diperlukan	1. berkurangnya biaya 2. Aktifitas tetap berlangsung	10% dari biaya operasional	15% dari biaya operasional	1. Peralatan Operasional seperti ATK, alat packing disimpan disatu tempat	Karyawan (Admin Kasir)
		Komunikasi efektif dan nyaman	Terjadinya komunikasi yang tepat dan nyaman	1. Karyawan mampu menyampaikan aspirasi pada pemilik 2. Karyawan mampu melakukan 3S	50% pelanggan menda pat 3S	80% pelanggan menda pat 3S	1. 1 minggu sekali dilakukan Briefing 2. Karyawan memberikan 3S pada pelanggan (senyum, sapa, salam)	Karyawan (Admin Kasir)
		karyawan kompeten dan terampil	Karyawan memiliki keahlian dan terampil sesuai job	Semua barang sudah memiliki barcode/kode barang	80% sudah berbarcode/kode	90% sudah berbarcode/kode	Pendataan berkala 1 minggu 1	admin

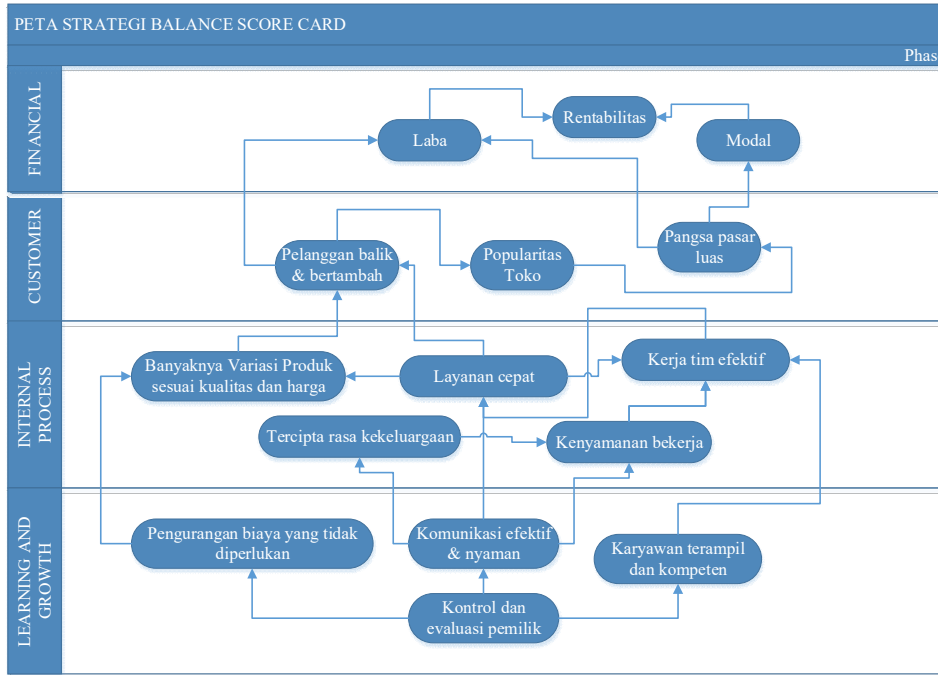
Peta Strategi Bisnis Menggunakan Metode Strength Weakness Opportunity Threats (SWOT) Dan Metode Balance Score Card (Studi Kasus Toko Gantar Plastik)

				1. Berkurangnya kesalahan proses input transaksi seperti penggunaan fitur delete dan bayar setelah pelanggan benar membayar jumlah total penulisan	80% dari total transaksi	100% dari total transaksi	Tidak melakukan fitur delete transaksi kecuali setelah konfirmasi dengan pemilik. Pembayaran harus status lunas	Kasir
				2. Memberikan struk pada pelanggan	90% diberikan struk	100% diberikan struk	Selalu cek persediaan ATK dan konfirmasi pemilik saat mati aliran	Kasir
		Komunikasi yang baik	Kemampuan dalam berkomunikasi	Tidak ada barang hilang / rusak (kecuali barang yang akan di retur)	90% barang utuh	100% barang utuh	1. melakukan pendataan barang rusak/retur saat barang masuk	Karyawan
				Semua Proses penulisan dilakukan dengan sistem	90% transaksi dengan sistem	100% transaksi dengan sistem	-Pemasangan label Kasir -Tanyakan Struk pembelian ke Kasir	Karyawan
2	Internal process	Tercipta rasa kekeluargaan	Menumbuhkan suasana kekeluargaan	Proses pengisian boleh diambil pada saat ada kebutuhan karyawan	80% dari total jam kerja	50% dari total jam kerja	1.Selalu konfirmasi pada saat ada kebutuhan 2.mengadakan pengisian Bersama	Karyawan
		Tercipta Sikan kebersamaan	Menumbuhkan rasa kebersamaan	Karyawan saling membantu dalam tugas yang telah disepakati	80% target pekerjaan tercapai	80% target pekerjaan tercapai	Mengadakan kegiatan traveling bersama.	

		Kerja tim efektif	Waktu kerja lebih efisien	Target pekerjaan terselesaikan	80% terselesaikan	90% terselesaikan	Pembagian kerja yang jelas	Admin
		Variasi produk sesuai kualitas dan harga	Pemilihan variasi produk sesuai kualitas dan harga	Elihan barang bervariasi sesuai kualitas dan harga	jumlah item barang meningkat 10%	jumlah item barang meningkat 20%	Anggaran modal lebih ditingkatkan	Pemilik
		Layanan cepat	Proses layanan efektif	% jumlah pelanggan datang % pelanggan terlayani	90% terlayani	100% terlayani	Mencatat barang yang tidak ada	Karyawan
3	Customer	Pelanggan balik dan bertambah	Penambahan pelanggan	1.Jumlah pelanggan bertambah 2. Pelanggan yang datang membawa pelanggan lain	50% penambahan pelanggan	80% penambahan pelanggan	Melakukan 38	Karyawan
		Popularitas toko	Toko lebih dikenal	Prosentase jumlah pelanggan yang mengetahui keberadaan Toko melalui medsos, dan tang langsung, pelanggan lain, lewat ke depan Toko	50% kenaikan pelanggan dari medsos	80% kenaikan pelanggan dari pelanggan lain	Melakukan survei berkala dan Melakukan promosi dengan media lain	Pemilik
		Pangsa pasar luas	Pangsa Pasar yang lebih luas	Berapa prosentase pelanggan dari luar wilayah Gantar	50% pelanggan meningkat	80% pelanggan meningkat	Melakukan survei berkala Melakukan promosi dengan media lain	Pemilik
4	Financial	Laba	Meningkatkan laba	Prosentase kenaikan laba meningkat	50% kenaikan laba dari tahun 2023	80% kenaikan laba dari tahun 2023	Evaluasi berkala perminggu	pemilik

		Modal	Meningkatkan Modal	Prosentase kenaikan modal meningkat	50% kenaikan modal dari tahun 2023	80% kenaikan modal dari tahun 2023	Evaluasi berkala perminggu	pemilik
		Rentabilitas	Meningkatkan Rentabilitas	Prosentase kenaikan rentabilitas meningkat	50% kenaikan rentabilitas dari tahun 2023	80% kenaikan rentabilitas dari tahun 2023	Evaluasi berkala perminggu	Pemilik

Visualisasi peta strategi dapat digambarkan seperti berikut ini :



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka ada beberapa kesimpulan :

1. Usulan strategi yang direkomendasikan berdasarkan metode SWOT adalah Strategi Agresif, dimaksudkan bahwa pihak Toko agar melakukan ekspansi hal ini karena factor kekuatan dan peluang besar nilai IFE = 0,39 sementara kelemahan dan ancaman kecil dengan EFE = 0,56.
2. Peta Strategi yang direkomendasikan mencerminkan 4 perspektif metode BSC yaitu :learning and Growth, Internal Process, Customer dan Financial. Pembuatan peta strategi ini berisi rincian faktor kesuksesan, tujuan strategis, tolak ukur kinerja, target, usulan strategi dan bagian mana yang dilibatkan, sehingga dapat dijadikan sebagai media komunikasi dengan karyawan dan dapat diimplementasikan.

Saran

Dalam meningkatkan produktivitas Toko, beberapa saran yang dapat diusulkan yaitu :

1. Memanfaatkan kekuatan dan peluang karena ini yang menjadi kekuatan internal Toko.
2. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memberikan informasi.

3. Selalu melakukan evaluasi baik internal maupun eksternal lingkungan Toko.
4. Penentuan strategi akhir yang diusulkan bukan satu-satunya strategi yang dapat dilakukan tetapi dengan melakukan terus menerus analisa dan evaluasi sehingga strategi yang digunakan dapat bervariasi sesuai dengan kebutuhan.
6. Melakukan implementasi dengan usulan pendekatan peta strategi dengan metode BSC sehingga diharapkan membantu pihak Toko untuk dapat membantu Visi dan misinya.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Alma, Buchari dan Priansa, Donni Juni. 2009. Manajemen Bisnis Syariah, Alfabeta: Bandung. hal. 115-125
- [2] Balance score card dan IT Balance score card <https://mmsi.binus.ac.id/2017/11/17/balanced-scorecard-dan-it-balanced-scorecard/>
- [3] Devaliyana, Perancangan Sistem Informasi pemasaran dan penjualan pada Toko Gantar Plastik berbasis E-commerce
- [4] Jumlah Penduduk Indramayu <https://indramayukab.bps.go.id/indicator/12/35/1/penduduk-menurut-jenis-kelamin.html>
- [5] key performance Indicators <https://www.sodexo.co.id/blog/key-performance-indicator-adalah/>
- [6] Menerapkan strategi menjadi aksi/ Robert S. Kaplan; David P Norton; alih bahasa Peter R. Yosi Pala Erlangga Jakarta 2000
- [7] Strategi Map <https://balancedscorecard.org/bsc-basics/what-is-a-strategy-map/>