

## PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGIS DAN EFEKTIVITAS KARYAWAN TERHADAP PENILAIAN KINERJA

Mashaza Dzihnni Athhar<sup>1</sup>, Andika Nurul Nissa Iskandar<sup>2</sup>, Yohana Elvisiansi Bulur<sup>3</sup>

[da.mashaza@gmail.com](mailto:da.mashaza@gmail.com)<sup>1</sup>, [iskandarandika77@gmail.com](mailto:iskandarandika77@gmail.com)<sup>2</sup>, [bulurelvisiansi@gmail.com](mailto:bulurelvisiansi@gmail.com)<sup>3</sup>

Universitas Pelita Bangsa

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh penerapan manajemen strategis, efektivitas kerja karyawan, dan pemberian reward terhadap penilaian kinerja dalam bisnis franchise makanan cepat saji. Studi kasus dilakukan pada lima cabang Mixue di Cikarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi yang efektif, pembaruan SOP secara berkala, dan sistem penghargaan berbasis kinerja berkontribusi signifikan dalam meningkatkan efektivitas kerja dan motivasi karyawan. Sistem penghargaan terbukti tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga memperkuat loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Temuan ini memberikan panduan praktis bagi pelaku usaha dalam merancang strategi pengelolaan karyawan untuk mencapai keunggulan kompetitif.

**Kata Kunci:** Manajemen Strategis, Efektivitas Kerja, Reward, Penilaian Kinerja, Franchise.

### ABSTRACT

*This research aims to explore the impact of strategic management implementation, employee work effectiveness, and rewards on performance appraisal in fast-food franchise businesses. A case study was conducted on five Mixue branches in Cikarang. The findings revealed that effective strategies, regular updates of SOPs, and performance-based reward systems significantly contribute to improving employee effectiveness and motivation. Reward systems proved to not only boost productivity but also enhance employee loyalty to the company. These findings provide practical guidance for entrepreneurs in designing employee management strategies to achieve competitive advantage.*

**Keywords:** Strategic Management, Work Effectiveness, Rewards, Performance Appraisal, Franchise.

### PENDAHULUAN

Di era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, organisasi dituntut untuk memaksimalkan performa mereka. Sektor makanan cepat saji termasuk franchise, memiliki potensi besar tetapi tantangan seperti kurangnya standarisasi, pertumbuhan tanpa rencana, dan modal awal yang tinggi perlu diatasi dengan strategi tepat. Pada bisnis franchise lain juga memiliki beberapa tantangan yang dihadapi di antaranya memahami kontrak, merencanakan bisnis dengan matang, dan mengelola risiko secara bijak untuk mendukung keberhasilan usaha (Lavinda, 2024).

Menerapkan standar operasional yang ketat dalam setiap proses kerja, seperti penyajian produk dan pelayanan pelanggan menjadi peran utama ketika menjalankan sebuah bisnis. Memastikan setiap karyawan memahami sejauh mana pencapaian mereka terhadap standar yang telah ditetapkan merupakan langkah penting dalam penilaian kinerja. Sejalan dengan pendapat (Robert L Mathis & John H. Jackson, 2006) yang menyatakan bahwa penilaian kinerja merupakan proses mengevaluasi seberapa baik karyawan menjalankan tugas mereka berdasarkan standar tertentu, kemudian menyampaikan hasil evaluasi tersebut kepada karyawan. Sebagai studi kasus penelitian, Mixue mampu memastikan karyawan bekerja sesuai standar sekaligus meningkatkan kualitas layanan mereka karena melakukan penilaian kinerja yang terukur. Penilaian yang melibatkan berbagai sumber, seperti rekan kerja, atasan, dan

diri sendiri, dapat menghasilkan peningkatan atau penurunan hasil penilaian kinerja, yang mencerminkan perkembangan atau kebutuhan perbaikan dalam kinerja karyawan (Yanuar Efranto et al., 2015).

Penerapan manajemen strategis menjadi salah satu kunci keberhasilan bisnis franchise yang tidak hanya terfokus pada inovasi produk, tetapi juga pada pengelolaan karyawan. Manajemen strategis memiliki peran penting dalam membantu organisasi mencapai tujuan dan hasil yang bernilai, terutama di tengah persaingan yang semakin kompleks. Manajemen strategis memungkinkan perusahaan untuk menetapkan langkah-langkah strategis guna meningkatkan daya saing, memberikan produk yang bernilai tinggi kepada pelanggan, dan pada akhirnya meraih keuntungan yang signifikan (Michael A. Hitt et al., 2001). Dengan pendekatan ini manajemen strategis tidak hanya membantu perusahaan mengkomunikasikan tujuan, tetapi juga mempersiapkan mereka untuk melakukan perubahan internal jika diperlukan (Villatus Sholikhah, 2021).

Untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan, perusahaan juga perlu memprioritaskan pengelolaan karyawannya. Membangun branding yang kuat dengan harga yang terjangkau dan produk yang bervariasi merupakan upaya yang dilakukan Mixue. Efektivitas kerja karyawan sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal (Didit Darmawan, 2017). Efektivitas karyawan ini menjadi salah satu indikator utama untuk memastikan bahwa produk dan layanan yang diberikan sesuai dengan standar operasional perusahaan. Langkah-langkah tersebut tidak hanya relevan tetapi juga menjadi prioritas dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan secara berkelanjutan sehingga dapat mendukung pencapaian kinerja yang maksimal (Sandhi Fialy Harahap & Satria Tirtayasa, 2020).

Untuk menjaga pelanggan tetap setia dan meningkatkan layanan, perusahaan perlu memberikan perhatian khusus pada pengelolaan karyawan. Strategi seperti membangun citra merek yang kuat dengan harga terjangkau dan pilihan produk yang beragam telah diterapkan oleh Mixue, namun ada hal yang masih belum banyak dipahami yaitu bagaimana penilaian kinerja yang sistematis dan penerapan manajemen strategis dapat bekerja bersama untuk meningkatkan produktivitas karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam hubungan antara penerapan standar operasional dan evaluasi kinerja terhadap efektivitas kerja karyawan dalam mendukung keberhasilan perusahaan. Hasilnya diharapkan dapat memberikan manfaat, baik sebagai tambahan wawasan teoretis tentang manajemen strategis dan penilaian kinerja, maupun sebagai panduan praktis bagi pelaku usaha franchise untuk meningkatkan daya saing mereka.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, mengikuti rancangan penelitian yang dijelaskan oleh (Robert K. Yin, 2003). Metode studi kasus dipilih karena sangat cocok untuk menjawab pertanyaan seperti apa, siapa, kapan, mengapa, di mana, dan bagaimana, terutama ketika fenomena yang diteliti sangat terkait dengan konteksnya dan tidak dapat dipisahkan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melakukan penelitian secara induktif dan eksploratif, sekaligus membantu pengembangan teori baru (Jack Meredith, 1998).

Studi kasus memberikan kesempatan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara dua fenomena secara mendalam, yang seringkali sulit dilakukan dengan metode kuantitatif seperti survei (Kathleen M. Eisenhardt, 1998). Dalam penelitian ini, Mixue

perusahaan es krim dan minuman ringan dipilih sebagai contoh kasus untuk memahami bagaimana Mixue berhasil meraih popularitas di Indonesia dan alasan di balik keberhasilan strategi bisnisnya di berbagai lokasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Perusahaan**

Keberhasilan Mixue menjadi salah satu merek es krim dan bubble tea yang terkenal di Asia tidak lepas dari visi, kegigihan, dan strategi inovatif pendirinya, Zhang Hongchao. Zhang memulai usahanya pada tahun 1997 dengan modal 4.000 yuan dari neneknya, mendirikan toko es serut sederhana. Meskipun menghadapi kegagalan di awal, ia terus berusaha hingga menciptakan formula es krim murah yang menjadi daya tarik utama bisnisnya. Sumber menyebutkan bahwa langkah besar Zhang terjadi pada 2007 saat Mixue mulai membuka waralaba dan akhirnya berkembang menjadi perusahaan resmi dengan pendapatan tahunan mencapai 6,5 miliar yuan pada 2018, bahkan hingga Rp 40 triliun pada 2021. Dengan sertifikat halal dari MUI untuk operasional di Indonesia, Mixue juga menunjukkan komitmennya terhadap standar kualitas dan keberlanjutan di pasar internasional (Tim detikFinance, 2023). Dalam pandangan kami perjalanan Mixue adalah contoh nyata bagaimana keberanian memulai usaha dengan modal kecil dapat membawa kesuksesan besar jika diiringi inovasi dan adaptasi terhadap pasar.

### **Identifikasi Pelanggan Utama**

Strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci keberhasilan bisnis dalam menjangkau pelanggan utama. Prof. Sri Hartini dari Universitas Airlangga menyoroti kesuksesan Mixue di Indonesia melalui penerapan elemen marketing mix price, product, place, dan promotion dengan optimal. Fenomena "Mixue-isasi" mencerminkan ekspansi cepat dan kehadiran masif bisnis ini hingga area ruko kosong (Ahmad Fikri Noor, 2023). Marketing mix menjadi kunci utama dalam membangun keunggulan kompetitif dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen seperti yang ditekankan dalam studi (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2016).

Setiap cabang Mixue menargetkan pelanggan yang berbeda sesuai dengan lokasi dan karakteristik demografis masing-masing. Secara umum pelanggan utama adalah anak-anak dan remaja, meskipun ada variasi pada cabang tertentu. Misalnya cabang Pasar Bersih lebih fokus pada anak-anak, sedangkan cabang AEON menargetkan semua kalangan usia. Hal ini menunjukkan fleksibilitas Mixue dalam menyesuaikan produk dan strategi pemasaran dengan kebutuhan pasar lokal. Dengan mengacu pada teori dan praktik ini, dapat disimpulkan bahwa kesuksesan Mixue bukan hanya karena inovasi produknya, tetapi juga bagaimana mereka mengenali kebutuhan dan preferensi pelanggan utama mereka, serta menyesuaikan strategi pemasaran untuk memenuhi ekspektasi tersebut.

### **Strategi Pemasaran**

Dalam strategi pemasaran, Mixue berhasil menggabungkan berbagai pendekatan untuk menarik perhatian pelanggan. Kami sependapat bahwa konsistensi dalam branding dan promosi yang menarik merupakan kunci utama dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Salah satu contoh yang dapat dilihat adalah strategi promosi yang diterapkan di cabang Jababeka, di mana mereka mengadakan event dengan penawaran terbatas yang mampu menarik banyak pengunjung. Hal serupa juga dapat ditemukan di cabang Roxy, yang lebih menekankan pada acara-acara tertentu sebagai bagian dari promosi mereka.

Seperti yang diungkapkan oleh (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2016), promosi yang menggunakan media sosial dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dengan

lebih efektif. Pentingnya penggunaan media sosial dalam strategi pemasaran semakin terlihat, terutama di lokasi dengan potensi pasar yang besar. Media sosial memungkinkan Mixue untuk menjangkau audiens yang lebih luas, yang mendukung pertumbuhan cabang-cabang mereka di daerah yang lebih berkembang. Hal ini diperkuat oleh pendapat (Dave Chaffey, 2020) yang menyatakan bahwa media sosial merupakan platform penting untuk menjangkau pelanggan dengan cara yang lebih langsung dan personal.

### **Prosedur Operasional Standar (SOP)**

Penerapan SOP yang efektif di perusahaan sangat penting untuk memastikan operasional yang terstruktur dan terjaga kualitasnya. Sesuai dengan yang diterapkan oleh Mixue, di mana SOP berfungsi sebagai pedoman bagi karyawan dalam menjalankan tugas sehari-hari. Di semua cabang, SOP diperbarui secara berkala, baik melalui audit bulanan maupun evaluasi berkala. Kendala yang sering muncul adalah ketidaksesuaian antara aturan yang ditetapkan dengan kondisi lapangan. Dengan penyesuaian implementasi SOP sesuai kebutuhan operasional kendala seperti itu dapat teratasi. Mixue selalu melakukan pembaruan SOP secara berkala melalui audit dan evaluasi, memastikan bahwa setiap cabang mengikuti prosedur yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Evaluasi dan perbaikan yang berkelanjutan sangat diperlukan agar SOP tetap relevan dan efektif.

### **Sistem Penghargaan dan Penilaian Kinerja Karyawan**

Mixue memiliki sistem penghargaan yang diberikan berdasarkan penilaian kinerja karyawan. Penilaian dilakukan melalui audit bulanan yang mencakup absensi, kontribusi terhadap tim, dan kepatuhan terhadap SOP. Penghargaan yang diberikan dalam bentuk insentif, bonus, atau bahkan perjalanan jalan-jalan terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi karyawan. Hal ini juga meningkatkan semangat kerja mereka, karena mereka merasa dihargai atas kontribusinya. Diperkuat oleh pendapat (Aflatul Rima Ronia et al., 2020) dalam penelitiannya menyebutkan pengembangan karir dan sistem penghargaan memiliki pengaruh yang besar terhadap kinerja karyawan. Semakin baik pengembangan karir dan sistem penghargaan yang diberikan, semakin tinggi pula kinerja yang dapat dicapai oleh karyawan.

### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Kerja Karyawan**

Beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas kerja karyawan di Mixue antara lain lingkungan kerja yang nyaman, budaya kerja yang mendukung, serta sistem penghargaan yang memotivasi. Kedisiplinan dalam menjalankan SOP dan sikap kerja yang baik, seperti kemampuan bekerja sama dan menjaga kebersihan, menjadi indikator penting dalam menilai kinerja karyawan. Sependapat dengan (Khaeruman et al., 2023) bahwa faktor-faktor seperti kemampuan, disiplin, waktu kerja, input, upaya, inisiatif, dan motivasi mempengaruhi kinerja anggota secara langsung.

Tabel 1. Perbandingan Hasil Wawancara

| Cabang              | Pelanggan Utama    | Strategi Pemasaran                   | Pembaruan SOP        | Sistem Penghargaan                    | Penilaian Kinerja Karyawan                |
|---------------------|--------------------|--------------------------------------|----------------------|---------------------------------------|---|
| <b>PASAR BERSIH</b> | Anak-anak          | Branding konsisten, harga terjangkau | Setiap bulan         | Insentif berdasarkan kehadiran, audit | Kedisiplinan, kontribusi tim              |
| <b>JABABEKA</b>     | Anak-anak & Dewasa | Event terbatas, promo bulanan        | Berdasarkan evaluasi | Target bulanan, bonus                 | Absensi, kebersihan, dan shift pergantian |

|                  |                    |                            |                   |                            |                                       |
|------------------|--------------------|----------------------------|-------------------|----------------------------|---------------------------------------|
| <b>ROXY</b>      | Anak-anak, Ibu-ibu | Event, promosi khusus      | Setiap minggu     | Bonus penjualan            | Absensi, kebersihan, sikap kerja      |
| <b>OLYMPIC</b>   | Semua kalangan     | Promo, event, media sosial | Setiap hari       | Jalan-jalan untuk karyawan | Keramahan, kebersihan, kekompakan tim |
| <b>AEON MALL</b> | Semua kalangan     | Pelayanan ramah, diskon    | Berdasarkan pusat | Insentif bulanan           | Absensi, perilaku terhadap pelanggan  |

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen strategis yang efektif di Mixue, terutama dalam hal strategi pemasaran, pengelolaan SOP, dan sistem penghargaan, sangat berpengaruh terhadap efektivitas kinerja karyawan dan penilaian kinerja di perusahaan. Keberhasilan Mixue dalam menciptakan keunggulan kompetitif di pasar Indonesia, terutama melalui penggunaan marketing mix yang tepat, promosi yang menarik, serta adaptasi terhadap kebutuhan pasar lokal, turut mendukung efektivitas kerja karyawan yang tercermin dalam hasil penilaian kinerja mereka. Sistem penghargaan yang diberikan berdasarkan penilaian yang objektif, seperti absensi dan kontribusi terhadap tim, terbukti meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan, serta menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan produktif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aflatul Rima Ronia, Andi Nu Graha, & Dianawati Suryaningtyas. (2020). PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR DAN REWARD TERHADAP KINERJA KARYAWAN PR. TRUBUS ALAMI. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.21067/jrmm.v6i1.4462>
- Ahmad Fikri Noor. (2023, January 6). Cepat Berkembang di Indonesia, Ini Analisis Strategi Pemasaran Mixue. *Republika*.
- Amstrong, G., & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Alexander Sindoro & Benyamin Molan, Trans.; 1st ed.). Penerbit Prenhalindo.
- Dave Chaffey. (2020, December 23). *Social Media Marketing*. Smart Insight. <https://www.davechaffey.com/digital-marketing-glossary/social-media-marketing/>
- Didit Darmawan. (2017). Pengaruh Tekanan Peran Wirausaha dan Karakteristik Individu terhadap Efektivitas Kerja. *Jurnal Media Informasi Ilmiah*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/msha9>
- Didit Darmawan. (2022). MOTIVASI, KEMAMPUAN, PENGALAMAN, KETERLIBATAN, KEDISIPLINAN SEBAGAI FAKTOR INTERNAL KARYAWAN DAN PEMBENTUKAN KINERJA KARYAWAN. *Jurnal Satyagraha*, 5(Vol.05, No.01). <https://ejournal.universitasmahendradatta.ac.id/index.php/satyagraha/article/download/345/298>
- Edward S. Mason. (1939). Price and Production Policies of Large-Scale Enterprise. *The American Economic Review*, 29(1), 61–74. <http://www.jstor.org/stable/1806955>
- Jack Meredith. (1998). Building Operations Management Theory Through Case and Field Research. *Journal of Operations Management*, 16(4), 441–454. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0272-6963\(98\)00023-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0272-6963(98)00023-0)
- Kathleen M. Eisenhardt. (1998). Building Theories from Case Study Research. *Academy of Management Review*, 14(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308385>
- Khaeruman, Suflani, Ahmad Mukhlis, & Ombi Romli. (2023). Analisis Efektivitas Strategi

- Penilaian Kinerja Dalam Meningkatkan Produktivitas Karyawan di Indomaret Kota Serang. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35906/jurman.v9i2.1903>
- Kulwamt Singh Pathania, Ashish Kumar Nag, & Anuradha D. Pathak. (2011). Effectiveness of Performance Appraisal System of Insurance Sector- A study of Himachal Pradesh. *Gurukul Business Review*, 7. <https://gnanaganga.inflibnet.ac.in:8443/jspui/handle/123456789/10573>
- Lavinda. (2024, October 14). Tantangan Menjalankan Bisnis Franchise Dan Solusinya! *Mekari Jurnal*. <https://www.jurnal.id/id/blog/tantangan-dan-solusi-berbisnis-franchise/>
- Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, & Robert E. Hoskisson. (2001). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization* (4th ed.). South-Western College Pub.
- Peter L. Wright, Mark J. Kroll, & John Alan Parnell. (1996). *Strategic Management: Concepts and Cases* (3rd ed.). Prentice Hall.
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Robert K. Yin. (2003). *Case Study Research: Design and Methods* (3rd ed., Vol. 5). SAGE Publications.
- Robert L Mathis, & John H. Jackson. (2006). *Human Resource Management : Manajemen Sumber Daya Manusia* (Diana Angelica, Trans.; 10th ed.). Salemba Empat.
- Sandhi Fialy Harahap, & Satria Tirtayasa. (2020). Pengaruh Motivasi, Disiplin dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Angkasa Pura II (Persero) Kantor Cabang Kualanam. *Maneggio : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 120. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4866>
- Sondang P. Siagian. (2005). *FUNGSI-FUNGSI MANAJERIAL* (1st ed.). PT Bumi Aksara.
- Tim detikFinance. (2023, February 18). Akhirnya Dapat Sertifikat Halal, Ini Profil Mixue yang Merebak di RI. *detikJabar*. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6574518/akhirnya-dapat-sertifikat-halal-ini-profil-mixue-yang-merebak-di-ri?single=1>
- Villatus Sholikhah. (2021). MANAJEMEN STRATEGI EKONOMI AGRIBISNIS DALAM KONTEKS ILMU EKONOMI MIKRO. *LAN TABUR: JURNAL EKONOMI SYARI'AH*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.53515/lantabur.2021.2.2.113-129>
- Yanuar Efranto, R., Riawati, L., & Dinaputri, R. S. (2015). PERANCANGAN PENILAIAN KINERJA KARYAWAN PADA PERUSAHAAN FURNITURE DENGAN METODE 360 DEGREES FEEDBACK. *JEMIS*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jemis.2015.003.02.8>