

ANALISIS PEMASARAN PADA CABANG UMKM PINTU DUA COFFEE DENGAN PENDEKATAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* (QSPM)

Satrio Agassi Raditya

ABSTRAK

Pintu Dua Coffee merupakan salah satu *Coffeeshops* yang beroperasi di Jl,Manunggal XVII Jskarta Timur, saat ini Pintu Dua Coffee hendak melakukan ekspansi dengan membuka cabang di tempat yang tidak jauh dari Pintu Dua Coffee. Hal itu diharapkan dapat menambah pendapatan dan juga menjangkau pelanggan yang lebih jauh, namun pembukaan cabang tersebut terkendala banyaknya kompetitor yang bermunculan. Agar cabang Pintu Dua Coffee dapat bersaing diperlukan strategi pemasaran yang tepat dengan Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Penelitian ini menggunakan metode matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SPACE, matriks SWOT, serta QSPM. Hasil dari penelitian ini cabang Pintu Dua Coffee berada di kuadran I bila dilihat dari matriks IE yakni berada pada kategori *grow and build* dan kuadran IV pada matriks SPACE yakni berada pada kategori kompetitif. Pada matriks SWOT diperoleh 18 kelebihan, 3 kelemahan, 9 peluang, dan 7 ancaman serta total 10 alternatif strategi yang dapat diimplementasikan dan strategi terbaik yang dapat diaplikasikan berdasarkan QSPM adalah strategi memberikan potongan harga saat sudah mencapai suatu pencapaian tertentu dengan nilai *summary total attractive score* (STAS) mencapai 6,584.

Kata Kunci : Pintu Dua Coffee, Strategi Pemasaran, IFE, EFE, IE, SPACE, SWOT, QSPM

STRATEGIC ANALYSIS AT THE UMKM PINTU DUA COFFEE BRANCH USING THE QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) APPROACH

Satrio Agassi Raditya

ABSTRACT

Pintu Dua Coffee is one of the Coffeeshops operating on Jl, Manunggal XVII East Jakarta, currently Pintu Dua Coffee wants to expand by opening a branch in a place not far from Pintu Dua Coffee. It is expected to increase revenue and also reach more customers, but the opening of the branch is constrained by the many competitors that have sprung up. In order for Pintu Dua Coffee branches to compete, the right marketing strategy is needed using the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) method. This research uses the IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, SPACE matrix, SWOT matrix, and QSPM methods. The results of this study are that the Pintu Dua Coffee branch is in quadrant I when viewed from the IE matrix, which is in the grow and build category and quadrant IV in the SPACE matrix, which is in the competitive category. In the SWOT matrix, 18 strengths, 3 weaknesses, 9 opportunities, and 7 threats are obtained as well as a total of 10 alternative strategies that can be implemented and the best strategy that can be applied based on QSPM is the strategy of providing discounts when reaching a certain achievement with a summary total attractive score (STAS) value of 6,584.

Keywords : *Pintu Dua Coffee, Marketing Analysis, IFE, EFE, IE, SPACE, SWOT, QSPM*