



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

**SKRIPSI**

**SATRIO AGASSI RADITYA**

**1910312027**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

**PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**2024**



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

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Teknik**

**SATRIO AGASSI RADITYA**

**1910312027**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

**PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI**

**FAKULTAS TEKNIK**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Satrio Agassi Raditya

NIM : 1910312027

Program Studi : Teknik Industri

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PERUSAHAAN PADA CABANG  
UMKM PINTU DUA COFFEE DENGAN PENDEKATAN  
*QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)*

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.



**Donny Montreano, ST, MT, IPM.**

Penguji Utama



**Dr. Yulizar Widiatama, ST, MT.**

Penguji I



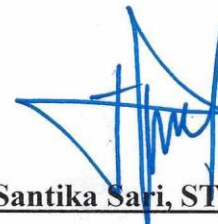
**M. Rachman Waluyo, ST, MT.**

Penguji II



**Dr. Muchamad Oktaviandri, ST, MT, IPM, ASEAN. Eng**

Dekan Fakultas Teknik



**Santika Sari, ST, MT.**

Kepala Program Studi Teknik Industri

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 2 April 2024

## HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Analisis Pemasaran pada Cabang UMKM Pintu Dua Coffee Menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)

Disusun Oleh :

Satrio Agassi Raditya

1910312027

Menyetujui,



**M. Rachman Waluyo, ST., MT**

Pembimbing I



**Ir. Sri Sulasminingsih, Msi**

Pembimbing II

Mengetahui,



**Santika Sari, ST., MT.**

Ketua Program Studi S1 Teknik Industri

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Satrio Agassi Raditya

NIM 1910312027

Program Studi : Teknik Industri

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 16 Mei 2024

Yang Menyatakan,



(Satrio Agassi Raditya)

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,  
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Satrio Agassi Raditya

NIM : 1910312027

Program Studi : Teknik Industri

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya berikut ini yang berjudul :

“ANALISIS STRATEGI PERUSAHAAN PADA CABANG UMKM PINTU DUA COFFEE DENGAN PENDEKATAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* (QSPM)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 16 Mei 2024

Yang Menyatakan,



(Satrio Agassi Raditya)

# **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*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah A'zza wa Jalla yang dengan rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pemasaran Pada Cabang Umkm Pintu Dua Coffee Menggunakan Pendekatan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*” dimana skripsi ini nantinya menjadi syarat kelulusan mahasiswa S-1 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta jurusan Teknik Industri

dengan segala halangan dan rintangan yang penulis hadapi, akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi berkat bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Adapun secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Allah Azza wa Jalla, yang berkat bimbingan dan izinnya skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya
2. Ibu Susilawati selaku Ibu dari penulis yang tidak pernah bosan mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
3. Bapak Agam Saptari selaku ayah dari penulis yang juga memberikan dukungan secara tidak langsung dalam penggarapan skripsi ini.
4. Bapak\_Dr. Muchamad Oktaviandri, ST, MT, IPM, ASEAN. Eng. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Ibu Santika Sari, ST., MT. selaku Kepala Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
6. Bapak Mohammad Rachman Waluyo, ST.,MT. selaku dosen pembimbing 1 yang selalu mendukung dan memberikan saran terkait arah penelitian penulis
7. Ibu Ir. Sri Sulasminingsih, M.Si. selaku dosen pembimbing 2 sekaligus dosen pembimbing akademik 8 semester penulis yang selalu mengarahkan penulis dari segi penulisan skripsi ini.
8. Dhamar, selaku adik tingkat sekaligus pemilik dari Pintu Dua Coffee yang telah bersedia memberikan tempat usahanya untuk diteliti oleh penulis

9. Bapak dan Ibu staff bagian pendidikan dan pengajaran (dikjar) yang telah bersedia memberikan bantuan dari segi administratif dalam pembuatan skripsi.
10. Fazya Fani, selaku adik tingkat yang telah lulus terlebih dahulu dan bersedia membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Anggota Sirkel Baba dan Keluarga Piting yang telah menemani penulis selama penulisan skripsi ini.
12. Lumine, Exusiai, dan seluruh warga Teyvat dan Terra yang sudah menjadi tempat penulis menenangkan diri dan penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh teman teman Teknik Industri angkatan 2019 dan 2020 atas semua bantuan dalam menyelesaikan skripsi
14. Dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Ibarat kata pepatah, tak ada gading yang tak retak, penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu. Penulis meminta maaf atas segala kekurangan yang ada serta menerima masukan dan saran sebagai perbaikan atas skripsi ini kedepannya.

Jakarta, Mei 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penulisan .....	4
1.5 Batasan Masalah.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 UMKM .....	8
2.3 Manajemen Strategi.....	10
2.4 Alternatif Strategi .....	10
2.5 Strategi Pemasaran .....	11
2.6 Formulasi Strategi Pemasaran .....	12
2.6.1. Input Stage .....	12
2.6.2. Matching Stage.....	15
2.6.3. Decision Stage.....	21

<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	24
3.2 Topik Penelitian .....	24
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	24
3.3.1. Jenis Data .....	24
3.3.2. Sumber Data.....	25
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	25
3.5 Metode Pengolahan Data.....	26
3.6 Fase Analisis Data .....	27
3.7 Fase Kesimpulan dan Saran.....	27
3.8 Diagram alir (flowchart).....	28
<b>BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b>	<b>29</b>
4.1 Profil Perusahaan.....	29
4.2 Identifikasi Aspek Internal dan Eksternal Perusahaan .....	30
4.3.1 Aspek Internal.....	30
4.3.2 Aspek Eksternal .....	34
4.3 Tahap Formulasi (Input Stage).....	38
4.3.1 Analisis faktor Internal .....	38
4.3.2 Matriks Faktor Internal .....	40
4.3.3 Analisis faktor Eksternal.....	47
4.3.4 Matriks faktor Eksternal .....	50
4.4 Matching Stage.....	54
4.4.1 Matriks Internal-Eksternal (IE).....	55
4.4.2 Matriks Strategic Position dan Action Evaluation (SPACE).....	56
4.4.3 Matriks Strength Weakness Oportunity Threat (SWOT) .....	60
4.4.4 Hubungan hasil strategi tiap matriks .....	68
4.5 Decision Stage .....	70
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran .....	77

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 2. 2 : Perhitungan Matriks Ife.....	13
Tabel 2. 3 : Tabel Matriks Efe.....	15
Tabel 2. 4 : Matriks SWOT .....	21
Tabel 2. 5 : Tabel Matriks QSPM .....	23
Tabel 4. 1 : Indikator Internal Pintu Dua Coffee .....	38
Tabel 4. 2 : Bobot Indikator Internal Pintu Dua Coffee .....	40
Tabel 4. 3 : Uji Validitas .....	42
Tabel 4. 4 :Perhitungan Rating Setiap Indikator .....	44
Tabel 4. 5 : Rating Indikator Internal Pintu Dua Coffee .....	44
Tabel 4. 6 : Total Skor Indikator Internal Pinru Dua Coffee.....	45
Tabel 4. 7 :Indikator Eksternal Pintu Dua Coffee .....	48
Tabel 4. 8 : Faktor Peluang Dan Ancaman Pinru Dua Coffee.....	49
Tabel 4. 9 : Pembobotan Faktor Eksternal Pintu Dua Coffee.....	50
Tabel 4. 10 : Perhitungan Rating Faktor Eksternal Pintu Dua Coffee.....	51
Tabel 4. 11 : Total Skor Faktor Eksternal Pintu Dua Coffee.....	53
Tabel 4. 12 : Indikator <i>Competitive Position</i> (CP).....	56
Tabel 4. 13 : Indikator Industrial Position (IP).....	56
Tabel 4. 14 : Indikator Financial Position .....	57
Tabel 4. 15 :Indikator Stability Position .....	57
Tabel 4. 16 : Hasil Pembobotan CP Dan IP .....	58
Tabel 4. 17 : Hasil Pembobotan FP dan SP.....	58
Tabel 4. 18 : Matriks SWOT Pintu Dua Coffee .....	61
Tabel 4. 19 : Alternatif Strategi Pintu Dua Coffee .....	71
Tabel 4. 20 : Strategi Pintu Dua Coffee Yang Sudah Dilakukan .....	71
Tabel 4. 21 : Matriks Qspm Pintu Dua Coffee .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 : Daftar Pesaing Pintu Dua Coffee .....	2
Gambar 2. 1 : Matriks IE.....	16
Gambar 2. 2 : Matriks SPACE .....	17
Gambar 3. 1 : Diagram Alir Penelitian.....	28
Gambar 4. 1 : Struktur Organisasi Pintu Dua Coffee .....	30
Gambar 4. 2 : Tingkat Transaksi Pengunjung Pintu Dua Coffee .....	35
Gambar 4. 3 : Uji Reabilitas Indikator IFE .....	43
Gambar 4. 4 : Matriks IE Pintu Dua Coffee.....	55
Gambar 4. 5 : Matriks SPACE Pintu Dua Coffee .....	60