

FORMULASI PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN METODE QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) PADA LAPO NI TONDONGTA TB SIMATUPANG

Ignatius Brandon Putra Richard Sidabutar

ABSTRAK

Industri kuliner merupakan salah satu sektor bisnis yang terus berkembang pesat di Indonesia, dengan berbagai variasi kuliner tradisional maupun modern yang menjamur di berbagai daerah. Penelitian bertujuan untuk menciptakan formulasi pengembangan bisnis Restoran Lapo Ni Tondongta TB Simatupang dalam industri menggunakan metode Internal Eksternal, *Grand Strategy*, SPACE, *Fuzzy SWOT*, dan QSPM. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisis dilakukan dengan faktor internal dan eksternal Lapo Ni Tondongta yang menghasilkan 13 atribut internal dan 12 atribut eksternal, lalu menggunakan metode Internal Eksternal dan menghasilkan posisi kuadran II, *Grand Strategy* menghasilkan posisi kuadran I, lalu mengevaluasi faktor-faktor lingkungan dengan metode SPACE dan menghasilkan posisi di kuadran I, kemudian menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan metode SWOT yang menghasilkan 15 strategi usulan, dan *Fuzzy SWOT* menghasilkan prioritas kombinasi adalah kekuatan dan peluang, serta merancang strategi dengan QSPM yang menghasilkan 8 alternatif strategi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lapo Ni Tondongta Tb Simatupang memiliki potensi untuk pengembangan dan penetrasi pasar melalui aktivitas marketing pada media sosial dan kemajuan teknologi. Strategi diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar dan keunggulan kompetitif Lapo Ni Tondongta TB Simatupang di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Lapo, Pemasaran, Internal Eksternal, *Grand Strategy*, SPACE, *Fuzzy SWOT*, QSPM

BUSINESS DEVELOPMENT FORMULATION USING THE QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) METHOD AT LAPO NI TONDONGTA TB SIMATUPANG

Ignatius Brandon Putra Richard Sidabutar

ABSTRACT

The culinary industry is one of the business sectors that continues to grow rapidly in Indonesia, with various variations of traditional and modern culinary mushrooming in various regions. This research aims to create a business development formulation for Lapo Ni Tondongta TB Simatupang in the industry using the IE, Grand Strategy, SPACE, Fuzzy SWOT, and QSPM methods. Data was obtained through observation, interviews, and documentation studies. The analysis was carried out with Lapo Ni Tondongta's internal and external factors which resulted in 13 internal attributes and 12 external attributes, then using the IE method and producing a quadrant II position, Grand Strategy resulting in a quadrant I position, then evaluating environmental factors with the SPACE method and producing a position in quadrant I, then analyzing Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats with the SWOT method which resulted in 15 proposed strategies, and Fuzzy SWOT resulting in priority combinations are Strengths and Opportunities, and designing strategies with QSPM which resulted in 8 alternative strategies. The results of this study indicate that Lapo Ni Tondongta Tb Simatupang has the potential for development and market penetration through marketing activities on social media and technological advances. This strategy is expected to increase the market share and competitive advantage of Lapo Ni Tondongta TB Simatupang in an increasingly competitive market.

Keyword: *Lapo, Marketing, Internal-Eksternal, Grand Strategy, SPACE, Fuzzy SWOT, QSPM*