

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN BISNIS DALAM UPAYA PERLUASAN PANGSA PASAR PADA AKARA COFFEE & SPACE MENGGUNAKAN METODE QSPM

Enggal Mahardika Putu Darma

ABSTRAK

Akara Coffee & Space menghadapi tantangan fluktuasi volume penjualan bulanan akibat ketergantungan musiman yang tinggi pada segmen konsumen mahasiswa. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi peningkatan bisnis untuk memperluas pangsa pasar ke konsumen non-mahasiswa (pekerja profesional dan *freelancer*). Metode perumusan strategi terbagi menjadi tiga fase: *Input Stage* (matriks IFE dan EFE); *Matching Stage* (matriks IE, SPACE, dan SWOT); serta *Decision Stage* (metode QSPM). Data primer dihimpun melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada 97 responden potensial pekerja profesional. Hasil *input stage* menunjukkan posisi internal dan eksternal perusahaan yang kuat, dengan total skor tertimbang 2,918 untuk matriks IFE dan 3,272 untuk matriks EFE. Pada *matching stage*, matriks IE menempatkan perusahaan pada Kuadran II (*Grow and Build*), didukung oleh orientasi agresif matriks SPACE di Kuadran I dengan titik koordinat (1,4 ; 1,5). Evaluasi QSPM menetapkan strategi SO1 sebagai prioritas utama dengan skor STAS tertinggi sebesar 6,417. Validasi pasar menunjukkan penerimaan yang sangat positif, di mana indikator penyediaan infrastruktur internet cepat memperoleh preferensi tertinggi dengan nilai *mean* sebesar 4,5773.

Kata Kunci : Formulasi Strategi; Perluasan Pasar; QSPM; Teknik Industri; *Work From Cafe*.

BUSINESS ENHANCEMENT STRATEGY ANALYSIS IN AN EFFORT TO EXPAND MARKET SHARE AT AKARA COFFEE & SPACE USING THE QSPM METHOD

Enggal Mahardika Putu Darma

ABSTRACT

Akara Coffee & Space faces challenges from monthly sales volume fluctuations due to high seasonal dependence on the student consumer segment. This study aims to formulate a business enhancement strategy to expand its market share to non-student consumers (professional workers and freelancers). The strategy formulation utilizes three phases: the Input Stage (IFE and EFE matrices); the Matching Stage (IE, SPACE, and SWOT matrices); and the Decision Stage (QSPM method). Primary data was collected via interviews and questionnaires from 97 potential professional worker respondents. The input stage results show strong company positions, with total weighted scores of 2.918 for the IFE matrix and 3.272 for the EFE matrix. In the matching stage, the IE matrix positions the company in Quadrant II (Grow and Build), supported by a SPACE matrix aggressive orientation in Quadrant I with coordinate points of (1.4 ; 1.5). The QSPM evaluation establishes the SO1 strategy as the primary priority, achieving the highest score of 6.417. Market validation demonstrates highly positive acceptance, where high-speed internet infrastructure receives the highest preference with a mean score of 4.5773.

Keywords : *Industrial Engineering; Market Expansion; QSPM Method; Strategic Formulation; Work From Cafe.*