



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

SKRIPSI

ENGAL MAHARDIKA PUTU DARMA

2210312011

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI

2026



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

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Mendapatkan
Gelar Sarjana Teknik**

ENGGAH MAHARDIKA PUTU DARMA

2210312011

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI

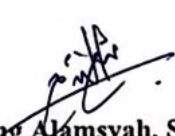
2026

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

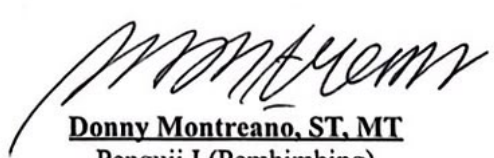
Skripsi diajukan oleh:

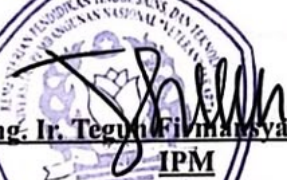
Nama : Enggal Mahardika Putu Darma
NIM : 2210312011
Program Studi : S1 Teknik Industri
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN BISNIS DALAM
UPAYA PERLUASAN PANGSA PASAR PADA AKARA
COFFEE & SPACE MENGGUNAKAN METODE QSPM

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.


Dr. Nanang Alamsyah, S.T., M.T., IPM
Penguji Utama


Amenda Septiala Tarigan S.T., M.T.
Penguji Lembaga


Donny Montreano, ST, MT
Penguji I (Pembimbing)


Dr. Eng. Ir. Teguh Firmansyah, S.T., M.T., IPM
Dekan Fakultas Teknik


Ir. Nur Fajriah, S.T., M.T., IPM.
Kepala Program Studi S1 Teknik Industri

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 10 Juli 2026

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

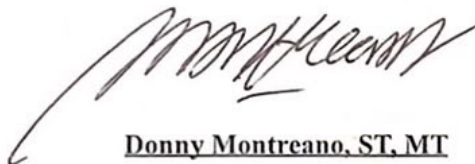
ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN BISNIS DALAM UPAYA
PERLUASAN PANGSA PASAR PADA AKARA COFFEE & SPACE
MENGUNAKAN METODE QSPM

Disusun oleh:

Enggal Mahardika Putu Darma

2210312011

Menyetujui,



Donny Montreano, ST, MT

Pembimbing 1

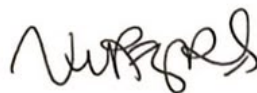


Intan Novita Dewi, S.T., M.T.

Pembimbing 2

Jakarta, 26 Juni 2026

Mengetahui,



Ir. Nur Fajriah, S.T., M.T., IPM.

Kepala Program Studi S1 Teknik Industri

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Enggal Mahardika Putu Darma

NIM : 2210312011

Program Studi : S1 Teknik Industri

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

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

Jakarta, 10 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Enggal Mahardika Putu Darma)

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Enggal Mahardika Putu Darma
NIM : 2210312011
Fakultas : Teknik
Program Studi : S1 Teknik Industri

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

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

Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihkan media/format, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 10 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Enggal Mahardika Putu Darma)

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.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN BISNIS DALAM UPAYA PERLUASAN PANGSA PASAR PADA AKARA COFFEE & SPACE MENGGUNAKAN METODE QSPM"

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jakarta. Dalam proses pelaksanaan hingga penyusunan laporan ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, berkat, dan karunia-Nya sehingga saya masih diberikan kemampuan dalam pengerjaan Tugas Akhir
2. Kedua Orangtua saya yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, dan pembelajaran kepada saya dalam setiap kegiatan yang saya lakukan hingga ada di tahap ini.
3. kakak perempuan saya yang selalu membantu saya dalam keadaan senang maupun susah.
4. Ibu Ir. Nur Fajriah, S.T., M.T., IPM, selaku Ketua Program Studi S1 Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
5. Bapak Donny Montreano, ST, MT, selaku dosen pembimbing 1, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta kontribusi ilmu yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Intan Novita Dewi, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing 2, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta kontribusi ilmu yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman grup Blackhole yang selalu menjadi tempat diskusi, bermain, dan berbagi tawa dari awal masa perkuliahan hingga akhir.
8. Teman-teman grup Bujang yang menjadi teman seperjuangan, bermain ,dan berbagi tawa serta cerita dari awal masa perkuliahan hingga akhir

9. Teman-teman komandan lapangan 2022 yang menjadi garda terdepan untuk menyatukan angkatan 2022.
10. HMTI UPNVJ sebagai wadah berkembang dan bertumbuh penulis dari awal masa perkuliahan sampai mendekati masa akhir perkuliahan.
11. Teman-teman Teknik Industri tahun Angkatan 2022 yang telah berbagi cerita, keluh kesah, duka, tawa, dan selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
12. Adik-adik Teknik Industri tahun Angkatan 2024, yang telah memberikan banyak pelajaran kepada penulis dan sudah melewati semua rangkaian enggalisasi dengan sangat baik.
13. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Aisyah Hanum Lubis, yang telah menjadi pasangan sekaligus sosok pertama yang menemani penulis dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, dukungan, perhatian, serta semangat yang tidak pernah putus selama proses penyusunan skripsi, hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak guna penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Bisnis <i>Coffee Shop</i>	14
2.3 Manajemen Strategi.....	15
2.4 Alternatif Strategi.....	16
2.5 Penyusunan Strategi.....	17
2.6 Pengembangan Bisnis.....	18
2.7 Penentuan Jumlah Sampel.....	20
2.7.1 Populasi.....	20
2.7.2 Jumlah Sampel.....	21
2.8 Kerangka Perumusan Strategi.....	22
2.8.1 <i>Input Stage</i>	24
2.8.1.1 <i>Matrix Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	24
2.8.1.2 <i>Matrix External Factor Evaluation</i> (EFE).....	26
2.8.2 <i>Matching Stage</i>	27
2.8.2.1 Matriks IE (Internal-Eksternal).....	27
2.8.2.2 <i>Matrix SPACE</i>	29

2.8.2.3 Matriks <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i> (SWOT).....	33
2.8.3 <i>Decision Stage</i>	35
2.8.3.1 QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>).....	35
2.9 Analisis Statistika.....	38
2.9.1 Uji Validitas.....	38
2.9.2 Uji Reliabilitas.....	39
2.9.3 Analisis Statistika Deskriptif.....	40
BAB 3 METODE PENELITIAN	41
3.1 Tahap Persiapan.....	41
3.1.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
3.1.2 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Tahapan Penelitian.....	42
3.2.1 Tahap Pendahuluan.....	42
3.2.2 Tahap Pengumpulan Data.....	44
3.2.3 Tahap Pengolahan Data.....	46
3.2.4 Tahap Analisis.....	47
3.2.5 Kesimpulan dan Saran.....	47
3.2.6 <i>Flowchart</i> Penelitian.....	48
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Profil Perusahaan.....	50
4.2 Faktor Internal dan Eksternal.....	50
4.2.1 Audit Faktor Internal Perusahaan.....	50
4.2.2 Audit Faktor Eksternal Perusahaan.....	51
4.3 <i>Input Stage</i>	52
4.3.1 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	53
4.3.2 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	57
4.4 <i>Matching Stage</i>	61
4.4.1 Matriks Internal-Eksternal (IE).....	61
4.4.2 Matriks <i>Strategic Position and Action Evaluation</i> (SPACE).....	62
4.4.3 Matriks <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i> (SWOT).....	68
4.4.4 Hubungan Hasil Strategi pada <i>Matching Stage</i>	76
4.5 <i>Decision Stage</i>	79
4.5.1 QSPM.....	79
4.5.2 Hasil Alternatif Strategi.....	83
4.6 Penerimaan Alternatif Strategi.....	84
4.6.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner.....	85
4.6.2 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	86
4.6.3 Hasil Uji Statistika Deskriptif Kuesioner.....	87
4.6.4 Hasil Rekapitulasi Kuesioner Validasi Strategi.....	90

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Produk pada <i>Coffee Shop</i> Akara.....	3
Gambar 1.2 Data Penjualan Seluruh Produk pada <i>Coffee Shop</i> Akara.....	3
Gambar 2.1 Tahapan Kerangka Penyusunan Strategi.....	22
Gambar 2.2 <i>Internal-External Matrix</i> (IE).....	28
Gambar 2.3 Faktor Matriks SPACE.....	30
Gambar 2.4 Kuadran <i>SPACE Matrix</i>	32
Gambar 2.5 Matriks SWOT.....	33
Gambar 2.6 Matriks QSPM.....	38
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian.....	49
Gambar 4.1 Kode QR untuk IFE.....	53
Gambar 4.2 Matriks IE pada Akara Coffee & Space.....	62
Gambar 4.3 Matriks SPACE.....	67
Gambar 4.4 Hasil Uji Validitas.....	85
Gambar 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Gambar 4.6 Distribusi Data Pengalaman WFC Responden.....	88
Gambar 4.7 Distribusi Data Jenis Pekerjaan Responden.....	88
Gambar 4.8 Hasil Uji Statistika Deskriptif.....	89
Gambar 4.9 Grafik Perbandingan Tingkat Preferensi Pelanggan.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2.2 Perumusan Strategi yang Digunakan.....	24
Tabel 4.1 Faktor Internal Perusahaan.....	51
Tabel 4.2 Faktor Eksternal Perusahaan.....	52
Tabel 4.3 Nilai Rating Untuk IFE.....	54
Tabel 4.4 Rating Matriks IFE Akara Coffee & Space.....	54
Tabel 4.5 Bobot Faktor Internal.....	55
Tabel 4.6 Hasil Skor Matriks IFE pada Akara Coffee & Space.....	56
Tabel 4.7 Rating Matriks EFE Akara Coffee & Space.....	58
Tabel 4.8 Bobot Faktor Eksternal.....	59
Tabel 4.9 Hasil Skor Matriks EFE pada Akara Coffee & Space.....	60
Tabel 4.10 Dimensi <i>Competitive Position</i> (CP).....	63
Tabel 4.11 Dimensi <i>Industry Position</i> (IP).....	63
Tabel 4.12 Dimensi <i>Financial Position</i> (FP).....	64
Tabel 4.13 Dimensi <i>Stability Position</i> (SP).....	64
Tabel 4.14 Bobot Sumbu X pada Matriks SPACE CP dan IP.....	65
Tabel 4.15 Bobot Sumbu Y Pada Matriks SPACE SP dan FP.....	66
Tabel 4.16 Matriks SWOT pada Akara Coffee & Space.....	69
Tabel 4.17 Alternatif Strategi pada Akara Coffee & Space.....	80
Tabel 4.18 QSPM Akara Coffee & Space.....	82
Tabel 4.19 Indikator Validasi Fasilitas.....	84
Tabel 4.20 Rekapitulasi Konversi Jawaban.....	87
Tabel 4.21 Hasil Validasi Indikator.....	91
Tabel 4.22 Persentase Penyebaran Data Validasi.....	91

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Kuesioner Bobot Faktor Internal dan Eksternal
- Lampiran 2.** Rekapitulasi Hasil Kuesioner Bobot Faktor Internal
- Lampiran 3.** Rekapitulasi Hasil Kuesioner Bobot Faktor Eksternal
- Lampiran 4.** Kuesioner EFE
- Lampiran 5.** Rekapitulasi Hasil Kuesioner Rating EFE
- Lampiran 6.** Kuesioner Rating IFE
- Lampiran 7.** Rekapitulasi Hasil Kuesioner Rating IFE
- Lampiran 8.** Perhitungan Kuesioner QSPM
- Lampiran 9.** Tabel Pengelolaan QSPM
- Lampiran 10.** Kuesioner Validasi Strategi
- Lampiran 11.** Rekapitulasi Kuesioner Validasi Strategi
- Lampiran 12.** Dokumentasi