



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Politik Dan Ilmu Sosial
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN -PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Usulan Strategi Perusahaan Berdasarkan Matriks
QSPM Bagi CV. Kopisiologi**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh :

Billy

2017320205

Bandung

2021



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Politik Dan Ilmu Sosial
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN -PT NO: : 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Usulan Strategi Perusahaan Berdasarkan Matriks
QSPM Bagi CV. Kopisiologi**

Skripsi

Oleh :

Billy

2017320205

Pembimbing :

Angela Caroline, S.AB., M.M.

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Billy

Nomor Pokok Mahasiswa : 2017320205

Judul : Usulan Strategi Perusahaan Berdasarkan Matriks QSPM Bagi
 CV. Kopisiologi

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
 Pada 23 Juli 2021
 Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB. :

Sekretaris

Angela Caroline, S.AB., M.M. :

Anggota

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si :

Mengesahkan,
 Dekan
 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Billy
NPM : 2017320205
Jurusan/program studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Usulan Strategi Perusahaan Berdasarkan Matriks QSPM Bagi CV. Kopisiologi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 10 Juli 2021



Billy

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Pernyataan Persetujuan Skripsi

Nama : Billy
Nomor Pokok Mahasiswa : 2017320205
Judul : Usulan Strategi Perusahaan Berdasarkan Matriks
QSPM Bagi CV. Kopisiologi

Menyetujui untuk diajukan pada
Ujian Sidang jenjang Sarjana
Bandung, 12 Juli 2021
Pembimbing,

Angela Caroline, S.AB., M.M.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

13 Juli 2021

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

ABSTRAK

Nama : Billy

Nomor Pokok : 2017320205

Judul : Usulan Strategi Perusahaan Berdasarkan Matriks QSPM
Bagi CV. Kopisiologi

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor unggulan yang menopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional sampai pada tahun 2021 saat ini. Pada industri ini terdapat banyak pelaku usaha yang menawarkan produk atau jasa yang berbeda-beda dan memiliki pasar yang luas. Tentunya dengan pasar yang luas terdapat juga banyak pesaing. Banyaknya pesaing pada pasar menciptakan persaingan yang tinggi oleh para pelaku usaha di industri ini. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menentukan strategi yang tepat agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif analitis bertujuan untuk mencari fakta-fakta yang disusul dengan analisis untuk mengetahui keadaan perusahaan CV. Kopisiologi. Teknik mengumpulkan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Sedangkan untuk teknis analisis data ini menggunakan matriks QSPM, matriks Internal dan eksternal dan matriks SWOT yang bertujuan untuk memberikan kondisi perusahaan saat ini dan mendapatkan hasil strategi-strategi yang dapat digunakan perusahaan. Sehingga dapat menarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan dari penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis mendapatkan hasil dari beberapa faktor yang paling menonjol yaitu pelayanan yang diberikan perusahaan sudah baik, sedangkan untuk kelemahan yang ada pada perusahaan adalah kualitas produk makanan yang masih kurang baik, kurangnya peralatan untuk menunjang peningkatan kualitas produk perusahaan. Pada matriks QSPM ditemukan bahwa strategi yang paling menarik dan sesuai dengan kemampuan perusahaan adalah pengembangan produk yang dimiliki. Dari hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa strategi bersaing yang dapat digunakan perusahaan adalah pengembangan produk perusahaan untuk menciptakan produk yang lebih baik dari pesaing.

Kata kunci : matriks QSPM, strategi perusahaan, pengembangan produk

ABSTRACT

Name : Billy
Student Number : 2017320205
Title : *Proposed Company Strategy Based on QSPM Matrix For CV. Kopisiologi*

The food and beverage industry is one of the leading sectors that supports manufacturing growth and the national economy until 2021. In this industry there are many entrepreneur who offer different products or services and this industry has a wide market. Of course, with a wide market there are also many competitors. The number of competitors in the market creates high competition by many company in this industry. Therefore, entrepreneurs need to determine the right strategy in order to increase company performance.

This research is a type of descriptive analytical research aimed at finding facts followed by analysis to determine the state of the company CV. Kopisiologi. Data collection techniques used are observation, interviews and documentation studies. As for the technical analysis of this data using the QSPM matrix, Internal and external matrix and SWOT matrix which aims to provide the current condition of the company and get the results of strategies that can be used by the company. So that it can draw conclusions as an answer to the problems of this research.

Based on the results of the study, the authors get the results of several of the most prominent factors, namely the service provided by the company is good, while the weaknesses that exist in the company are the quality of food products that are still not good, the lack of equipment to support the improvement of the company's product quality. In the QSPM matrix, it is found that the most attractive strategy in accordance with the company's capabilities is the development of its products. From these results, it can be concluded that the strategy that can be used by the company is the development of the company's products to create a better product against competitors in the market.

Keywords : QSPM matrix, Company Strategy, product development

KATA PENGANTAR

Pertama-tama peneliti mengucapkan Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat yang diberikan peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah ini yang berjudul **“Usulan Strategi Perusahaan Berdasarkan Matriks QSPM bagi CV. Kopisiologi”** dengan baik dan tepat waktu. Peneliti juga ingin berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti selama proses pengerjaan karya ilmiah ini sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Angela Caroline, S.AB., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, membimbing dan membina kepada peneliti selama proses sampai karya ilmiah ini selesai.
2. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan yang telah mengajarkan.
3. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan kepada peneliti selama proses penyelesaian karya ilmiah ini.
4. Kepada pemilik dan seluruh pegawai perusahaan CV. Kopisiologi karena telah membantu selama proses penyelesaian karya ilmiah ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan karya ilmiah ini masih memiliki banyak kekurangan dan belum sempurna yang disebabkan karena keterbatasan dalam hal kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Namun, dengan rendah hati peneliti berharap agar penelitian ini dapat diterima dan dapat bermanfaat untuk banyak pihak. Saran dan kritik yang diberikan kepada karya ilmiah ini akan dijadikan masukan, bahan renungan, dan perbaikan untuk peneliti di masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

<i>Tanda Pengesahan Skripsi</i>	<i>Error! Bookmark not defined.</i>
PERNYATAAN	ii
Pernyataan persetujuan skripsi	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR	
TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
BAB II	7
KERANGKA PEMIKIRAN, KAJIAN TEORI DAN METODOLOGI	7
2.1. Kerangka Pemikiran	7
2.2. Kajian Teoritis	8
2.2.1. Pengertian Bisnis	8
2.2.2. Pengertian Strategi	8
2.2.3. Tinjauan Analisis PESTLE (Political, Economic, Social, Technological, Legal, Environment)	9
2.2.4. Tinjauan Analisis Porter five Forces	11
2.2.5. Tinjauan Analisis Lingkungan Internal	13
2.2.6. Tinjauan Bauran Pemasaran 7 P	17
2.2.7. Tinjauan Analisis SWOT	19
2.2.8. Tinjauan Matriks IFE-EFE (Internal Factor Evaluation dan External Factor Evaluation)	20
2.2.9. Tinjauan Matriks Internal dan Eksternal (Matriks IE)	22
2.2.10. Tinjauan Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)	23
2.3.1. Sumber Penelitian	25

2.3.2.	Jenis penelitian	26
2.3.3.	Metode Penelitian.....	26
2.3.4.	Teknik Analisis Data	27
BAB III		30
HASIL DAN TEMUAN		30
3.1.	<i>Profil Perusahaan</i>	30
3.2.	<i>Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan</i>	31
3.2.1.	Analisis PESTLE.....	31
3.2.2.	Analisis Porter Five Forces	39
3.3.	<i>Analisis Lingkungan Internal Perusahaan</i>	46
3.3.1.	Visi, Misi, Dan STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>).....	46
3.3.2.	Analisis Empat Fungsi Bisnis.....	48
3.4.	<i>Hasil Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan</i>	55
3.5.	<i>Matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Thread)</i>	57
3.6.	<i>Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation)</i>	60
3.7.	<i>Matriks IE (Internal and external)</i>	62
3.8.	<i>Hasil QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)</i>	63
3.9.	<i>Temuan</i>	66
BAB IV		65
KESIMPULAN DAN SARAN		65
4.1.	<i>Kesimpulan</i>	65
4.2.	<i>Rekomendasi</i>	66
4.3.	<i>Implikasi</i>	68
4.3.1.	Implikasi Visi Dan Misi Perusahaan	68
4.3.2.	Implikasi Dari Rekomendasi Yang Diberikan	71
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Cafe, Rumah Makan, dan Restoran Di Bandung.....	3
Tabel 3.1 Tabel Hasil Analisis Persaingan antar perusahaan dalam industri (<i>Rivalry among existing firms</i>).....	40
Tabel 3.2 Hasil Analisis Ancaman produk atau jasa substitusi (<i>Threat of substitute product or service</i>).....	41
Tabel 3.3 Hasil Analisis Ancaman pendatang baru (<i>Threat of new entrants</i>).....	42
Tabel 3.4 Hasil Analisis Kekuatan tawar pembeli (<i>Bargaining power of Buyers</i>).....	42
Tabel 3.5 Hasil Analisis Kekuatan tawar pemasok (<i>Bargaining power of suppliers</i>).....	43
Tabel 3.6 Tabel <i>Segmenting, Targeting dan Planning</i>.....	44
Tabel 3.7 Kerapitulasi Bauran pemasaran 7P.....	47
Tabel 3.8 Tabel Matriks SWOT.....	55
Tabel 3.9 Tabel <i>External Factor Evaluation</i>.....	57
Tabel 3.10 Tabel <i>Internal Factor Evaluation</i>.....	58
Tabel 3.11 Tabel IE matriks.....	60
Tabel 3.12 Tabel QSPM.....	61

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2.1 Gambar kerangka pemikiran.....</i>	<i>7</i>
<i>Gambar 3.1 Grafik Pertumbuhan Ekonomi Jawa Barat tahun 2018-2020.....</i>	<i>35</i>

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. PERTANYAAN WAWANCARA KEPADA PEMILIK UNTUK MENGETAHUI FUNGSI BISNIS PERUSAHAAN, VISI MISI DAN STP PERUSAHAAN	96
LAMPIRAN 2. WAWANCARA PERUSAHAAN UNTUK MENGETAHUI BAHAN PEMASARAN	100
LAMPIRAN 3. PERTANYAAN DAN JAWABAN UNTUK KONSUMEN KOPISIOLOGI .	101
LAMPIRAN 4. PERTANYAAN DAN JAWABAN ANALISIS PORTER’S FIVE FORCES	103

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor unggulan yang menopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional, bahkan industri ini masih menjadi andalan pada tahun 2021. Dikatakan bahwa sepanjang triwulan III tahun 2020, industri makanan dan minuman menjadi penyumbang terbesar PDB Nasional sebesar 7,02% (Dinilhaq, 2021). Melihat perkembangan dan besarnya industri ini dapat kita ketahui bahwa di dalam industri ini terdapat banyaknya pelaku usaha yang memiliki perbedaan produk atau pelayanan yang ditawarkan ke pasar. Hal ini menyebabkan persaingan yang terdapat di dalam industri ini cukup ketat.

Di dalam industri makanan dan minuman pun memiliki jenis bisnis yang sama namun produk maupun pelayanan yang ditawarkan kepada Konsumen berbeda-beda, salah satu bisnis yang diunggulkan dalam industri makanan dan minuman, adalah *Coffee shop* atau *cafe*, hal ini disebabkan karena pengaruh trend meminum kopi di coffee shop atau *cafe* (Monicasef, 2019). Menurut riset dari Toffin yang merupakan perusahaan penyedia solusi barang dan jasa di Industri hotel, restoran dan cafe mencatat ada sebanyak 3000 gerai coffee shop di Indonesia per Agustus 2019 dimana adanya kenaikan sebesar hampir 2000 gerai jika dibandingkan data pada tahun 2016 (Toffin, 2019).

Dalam Industri coffee shop di Indonesia, tentunya para pelaku usaha atau mereka yang ingin memulai bisnis ini ada berbagai hal yang perlu diperhatikan dalam memasuki bisnis *coffee shop* seperti membaca trend yang sedang laris di masyarakat, modal yang dibutuhkan, konsep *coffee shop*, biaya operasional, pegawai, dan target pasar yang disasar (Basoni, 2018). Oleh karena itu, perusahaan yang ingin memasuki pasar industri coffee shop harus memiliki mempertibangkan hal-hal yang mempengaruhi bisnis *coffee shop*.

Provinsi Jawa Barat dapat menjadi provinsi dengan potensi bisnis yang cukup tinggi, berdasarkan perkembangan industri restoran, cafe dan rumah makan berdasarkan provinsi di Indonesia, dapat diketahui bahwa jumlah restoran terbanyak adalah Jakarta, jumlah terbanyak kedua adalah provinsi Jawa Barat, dengan laju pertumbuhan industri tersebut sebesar 0,15% dan Jawa Barat sebesar 1,05% pada tahun 2011 (Ibnussina, 2015,).

Kota Bandung, yang merupakan ibu kota provinsi Jawa Barat yang merupakan salah satu kota wisata terbaik di Indonesia dengan jumlah populasi tertinggi kelima di Indonesia (Handi, 2021) tentunya memiliki jumlah pelaku usaha makanan dan minuman yang cukup banyak. Berdasarkan data dari badan pusat statistik provinsi Jawa Barat, pada Tahun 2018 terdapat sebesar 467 Rumah makan, 544 Restoran dan 41 Cafe yang terdaftar di kota Bandung. Jika dibandingkan dengan kota-kota lain di daerah Jawa Barat, Bandung merupakan

kota yang memiliki jumlah pelaku usaha di industri makanan dan minuman terbanyak di provinsi Jawa Barat. Dengan hal ini dapat diketahui bahwa persaingan industri Coffee Shop di Bandung cukup ketat dengan banyaknya kompetitor.

Table 1.1 Data jumlah Cafe, Rumah Makan, dan Restoran Di Bandung

Kabupaten/ Kota	Banyaknya RM, Restoran dan Cafe Menurut Kabupaten/Kota Bandung		
	Rumah Makan	Restoran	Cafe
	2018	2018	2018
Bandung	467	40	25
Bandung Barat	128	18	5
Kota Bandung	467	544	41

Sumber : www.bps.go.id

Dengan semakin banyak restoran, rumah makan, dan cafe yang semakin banyak menimbulkan persaingan pada industri makanan dan minuman semakin ketat. Dengan banyaknya pesaing dalam industri ini, maka perusahaan dituntut untuk menciptakan strategi yang unggul. Salah satu yang harus dilakukan adalah meraih keunggulan bersaing dengan memfokuskan diri kepada konsumen, seperti memberikan tempat yang nyaman, kualitas pelayanan yang baik dengan harga jual yang diterima masyarakat. Hal-hal ini dilakukan agar tercapainya tujuan perusahaan (Hadi N., 2017).

Kopisiologi merupakan salah satu pelaku usaha bisnis di yang menawarkan konsep *coffee shop* yang berlokasi di Bandung, Jawa Barat. Kopisiologi itu sendiri merupakan *coffee shop* yang baru buka kembali pada november 2020 ini

ke jalan jawa, Bandung yang merupakan lokasi baru perusahaan. Dengan adanya perpindahan lokasi maka timbul beberapa kendala baru seperti kehilangan konsumen tetapnya dan mendapatkan kompetitor baru sesudah berpindah.

Perusahaan pun pada saat ini mengalami kendala baik secara internal maupun eksternal, adanya kendala internal seperti beban yang ditanggung terlalu tinggi, ada pula faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan, salah satunya adalah penurunan omzet yang disebabkan adanya pandemik Covid. Dengan adanya pandemik Covid, tingkat konsumsi masyarakat mengalami penurunan, selama kuartal II 2020, dinilai bahwa peningkatan konsumsi masyarakat yang harusnya bertumbuh sebesar 3% tetapi malah tidak bertumbuh sama sekali, bahkan menunjukkan penurunan yang cukup signifikan (Rahmawati, 2020). Dengan adanya faktor-faktor yang disebutkan perusahaan saat ini cenderung mengalami penurunan kinerja.

1.2. Identifikasi Masalah

Berikut adalah masalah-masalah yang sedang dialami perusahaan :

1. Internal :

1. Beban perusahaan cukup tinggi, khususnya beban gaji.
2. Masih kurangnya minat pasar untuk membeli produk perusahaan akibat masih kurangnya promosi yang ditawarkan perusahaan.
3. Tidak berkembang di marketplace.

2. Eksternal :

1. Tanah yang disewa perusahaan sedang mengalami sengketa
2. Omset perusahaan yang menurun selama 4 bulan akibat adanya pandemic Covid-19.
3. Sudah adanya kompetitor lama dan sudah terkenal di daerah sekitar perusahaan.

Dengan demikian maka penulis mengidentifikasi masalah yang sedang dialami perusahaan sebagai berikut,

1. Apa saja kekuatan dan kekurangan pada kondisi perusahaan saat ini ?
2. Strategi-strategi apa yang sudah diterapkan perusahaan saat ini untuk mengatasi permasalahan yang ada?
3. Strategi-strategi apa yang baik digunakan perusahaan untuk mengatasi masalah yang dialami?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian diatas, maka tujuan penulisan penelitian ini adalah :

1. Mendapatkan kekuatan dan kekurangan perusahaan saat ini, guna mempertahankan kekuatan yang sudah ada dan meminimalisir kekurangan.
2. Strategi-strategi yang sudah pernah perusahaan gunakan untuk menanggulangi permasalahan perusahaan.
3. Strategi-strategi baik yang digunakan perusahaan untuk mengatasi masalah yang dialami perusahaan.