



STABILITY

Journal of Management & Business

Vol No Tahun
ISSN :2621-850X E-ISSN : 2621-9565

<http://journal.upgris.ac.id/index.php/stability>



ANALISIS USAHA KAFE DENGAN METODE QSPM DAN ANALISIS SWOT BERBASIS VALUE CHAIN

Nevin Lojie^{1✉}, Irwan Budiman², Anita Christine Sembiring³

Teknik Industri, Universitas Prima Indonesia, Medan, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima

Disetujui

Dipublikasikan

Keywords:

Café industry; QSPM; SWOT
Strategy; Strategic
Management.

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang menguat setiap tahun berpengaruh terhadap strategi yang dipertimbangkan oleh pemilik bisnis F&B, salah satunya kafe the Hidden Hertiv di Medan. Tujuan penelitian ini adalah mencari alternatif strategi bisnis dan menentukan prioritas urutan strategi yang perlu dilakukan kafe the Hidden Hertiv. Penelitian ini meliputi beberapa tahap dengan menggunakan metode QSPM dan SWOT Strategy yang disusun berdasarkan Value Chain. Tahapan dimulai dengan mengolah data dan mengumpulkan strategi melalui SWOT Analysis, dilanjutkan dengan penentuan nilai strategi dengan IFAS & EFAS yang disusun ke IE Matrix. Tahapan terakhir adalah menentukan strategi utama dan urutan strategi alternatif dengan metode QSPM dan Value Chain based SWOT Strategy. Hasil penelitian menghasilkan enam belas alternatif strategi yang mempengaruhi delapan nilai dari Value Chain the Hidden Hertiv. Adapun strategi prioritas yaitu membangun image dari brand The Hidden Hertiv secara masif, melalui media offline & online.

CAFÉ BUSINESS ANALYSIS WITH QSPM AND VALUE CHAIN BASED SWOT ANALYSIS

Abstract

Indonesia's economic growth which strengthens every year affects the strategy considered by F&B business owners, one of which is the Hidden Hertiv cafe in Medan. The purpose of this study is to find the right business strategy and determine priority sequence of strategies the cafe needs to do. This research includes several stages, beginning with processing data and collecting strategies through SWOT Analysis, followed by determining its value by using IFAS & EFAS which will be compiled into IE Matrix. The stage ends with determining the main strategy and sequence of alternative strategies using QSPM Method and Value Chain based SWOT Strategy. The results of the study resulted in sixteen alternative strategies that affect eight values of the Hidden Hertiv Value Chain. The priority strategy is to build the image of the Hidden Hertiv brand massively, through offline & online media.

✉Alamat korespondensi : Jl. Dr Cipto-Lontar No 1 Kampus UPGRI, Gedung Pusat

E-mail: nevinlojie26@gmail.com

ISSN

2621-850X (cetak)

2621-9565 (online)