

# Perumusan Strategi Bisnis Menggunakan Metode SWOT dan QSPM dalam Bisnis Outlet Think Top Drink

Ayu Kusumaningtyas<sup>1</sup>, Irwan Susanto<sup>2</sup>, M.Yoka Fathoni<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia, 53141

E-mail: <sup>1</sup>18103069@ittelkom-pwt.ac.id, <sup>2</sup>irwansusanto\_yk@ittelkom-pwt.ac.id,

<sup>3</sup>myokafathoni@ittelkom-pwt.ac.id

**Abstrak** - Perkembangan bisnis yang masif ini menyebabkan persaingan yang sangat ketat, jadi proper perencanaan strategi bisnis diperlukan sesuai dengan kondisi unit bisnis. Analisis strategi bisnis dapat mempengaruhi perkembangan bisnis unit saat ini dan di masa depan. Strategi yang dirancang akan membuat unit bisnis lebih siap menghadapi perubahan dan tantangan dengan mengoptimalkan faktor internal untuk mengurangi kendala dari faktor eksternal, memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, mengurangi ancaman dan memaksimalkan peluang. Berpikir Atas Gerai minuman merupakan salah satu gerai minuman teh susu boba kekinian yang berlokasi di Kabupaten Tangerang. Pengaruh pentingnya strategi bisnis dalam mencapai tujuan memenangkan kompetisi dan pengembangan bisnis untuk outlet Think Top Drink, tetapi tidak adanya rencana strategi bisnis adalah salah satu hambatan dalam pengembangan bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melaksanakan perencanaan strategis menggunakan analisis SWOT yang akan mengeluarkan output berupa strategi yang akan dihitung secara alternatif dalam matriks QSPM berdasarkan key faktor, yaitu bobot pada matriks EFE, IFE, (AS) yang akan menghasilkan prioritas strategi bisnis berdasarkan Skor Daya Tarik, nilai Total Skor Daya Tarik. (TAS) Dengan mempertimbangkan kondisi internal dan unit bisnis eksternal serta kondisi saat ini yang diidentifikasi dalam matriks internal-eksternal (IE)

**Kata Kunci:** Think Top; Outlets; SWOT; QSPM; EFE; IFE

*Abstract* - This Massive business development causes very tight competition, so a proper business strategy planning is needed in accordance with the conditions of the business unit. Business strategy analysis can affect the development of business units at this time

*and in the future. The designed strategy will make business units better prepared to face changes and challenges by optimizing internal factors to reduce constraints from external factors, maximizing strengths, minimizing weaknesses, reducing threats and maximizing opportunities. The Think Top Drink outlet is one of the contemporary boba milk tea beverage outlets located in Tangerang Regency. The influence of the importance of business strategy in achieving the goal of winning the competition and business development for Think Top Drink outlets, but the absence of a business strategy plan is one of the obstacles in business development. The purpose of this study is to carry out strategic planning using SWOT analysis which will issue outputs in the form of strategies that will be calculated alternatively in the QSPM matrix based on key factors, namely the weights on the EFE, IFE, (AS) matrix which will produce business strategy priorities based on Attractiveness Score, value Total Attractiveness Score. (TAS) By considering the condition of the internal and external business units as well as the current conditions identified in the internal-external (IE) matrix.*

**Keywords:** Think Top; Outlets; SWOT; QSPM; EFE; IFE

## I. PENDAHULUAN

Minuman kontemporer boba (Bubble) adalah salah satu dari minuman yang sedang naik daun di kalangan pecinta kuliner dan anak muda. Minuman ini sedang trend untuk milenial. Kita bisa melihat ini dengan jumlah minuman outlet dari Taiwan yang menjual berbagai varian rasa minuman. Minuman boba (Bubble) [1] memiliki sangat perkembangan dan kekuatan yang pesat. Minuman ini menjadi tren minuman sejak awal 90-an, butuh waktu lama sekitar 10 tahun untuk membawa minuman bubble ke dalam Indonesia.[2].

Pesatnya kemajuan berbagai sektor usaha di Indonesia telah memicu banyak produk baru dan jasa yang bermunculan terutama di bidang keuangan sektor UMKM. Salah satu sektor UMKM yang saat ini lebih banyak dan lebih banyak lagi adalah produk minuman kontemporer. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, minuman adalah barang yang diminum sedangkan present artinya situasi saat ini atau saat ini [3].

Gerai Minuman "Think Top Drink" yang berlokasi di Kabupaten Tangerang. Think Top Drink adalah merek yang saat ini sedang berkembang untuk memulai bisnis boba pada sektor minuman, karena baru berjalan selama lima tahun Think Top Drink telah didirikan dan terus berkembang. Tujuan di dirikannya Think Top Drink adalah memberikan solusi untuk menciptakan rasa varian yang tidak dimiliki oleh kompetitor di tengah-tengahnya potensi pasar di wilayah Kabupaten Tangerang, khususnya Kecamatan Cikupa. Kekuatan yang dimilikinya adalah itu memiliki berbagai varian rasa, menghadirkan pilihan berbagai topping yang bisa di kombinasikan sesuai selera dan keinginan konsumen yang tidak dilakukan pesaing lain [2].

Di balik perkembangan Think Top Drink yang menjanjikan gerai minuman khususnya di bidang minuman boba ini outlet itu sendiri tidak tumbuh tanpa masalah dan kendala, masih banyak poin yang harus ditingkatkan dan solusi ditemukan. Kendala yang dihadapi dalam upaya meningkatkan kapabilitas bisnis yang dihadapi oleh Outlet Think Top Drink sangat kompleks, termasuk kurangnya perencanaan strategi bisnis, manajerial yang buruk dan keterampilan pemasaran [4]. Meningkatnya jumlah produsen minuman boba, semakin banyak pilihan konsumen, dan persaingan yang semakin ketat. Setiap bisnis harus mengutamakan kepuasan pelanggan. Ada beberapa hal-hal yang harus diperhatikan dalam pemilihan strategi bisnis dan kebijakan produk dalam bentuk keinginan pelanggan, tingkat persaingan, dan pasokan bahan baku untuk memenangkan persaingan [5].

Strategi bisnis adalah kerangka pemikiran yang difungsikan dan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai suatu tujuan. Strategi bisnis juga menerapkan prinsip-prinsip menjadi dicapai dari target pasar dan memenangkan terkait kompetisi. Berikut adalah gambaran besar dari apa yang perusahaan akan dilakukan di beberapa pasar [6]. Metode atau kerangka kerja digunakan untuk mengembangkan strategi bisnis dari outlet UMKM Think Top Drink adalah dengan menggunakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang akan digunakan untuk merumuskan strategi

berdasarkan kondisi perusahaan [5]. Evaluasi kinerja rantai pasokan juga telah dilakukan oleh [7]. untuk mengevaluasi kinerja dari Perpustakaan IT Telkom Purwokerto.

Penggunaan Evaluasi Faktor Internal (IFE) Metode ini berguna untuk menganalisis dan mengidentifikasi internal kemampuan yang juga menggunakan matriks dan kendala dari unit bisnis eksternal untuk memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, mengurangi ancaman, dan memaksimalkan peluang. Menggunakan Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) matriks, menggunakan matriks internal-eksternal (IE) untuk petakan ke dalam sembilan kuadran dengan memasukkan nilai IFE pada sumbu X dan nilai total EFE pada sumbu Y untuk menemukan keluar dari posisi perusahaan. Cara terakhir adalah Metode Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM), dimana metode ini digunakan sebagai tahap terakhir untuk memutuskan strategi prioritas alternatif terbaik untuk Think Top Drink outlet [6].

Dalam upaya memenangkan persaingan pasar dari penjualan nopia mino, tahap analisis menggunakan model SCOR digunakan dan untuk meningkatkan penjualan produk unit bisnis, perlu merencanakan strategi bisnis, memaksimalkan kinerja unit bisnis, meningkatkan pelayanan, dan menjual produk di pasar yang akan menghasilkan keuntungan untuk unit bisnis [8].

## II. METODE PENELITIAN

Dalam metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk dapat mengembangkan strategi bisnis untuk Think Top Drink outlet, metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut;

### 2.1 Observasi dan Studi Lapangan

Tahap pertama observasi dan studi lapangan adalah dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bisnis proses yang ada di gerai Think Top Drink dan mengidentifikasi masalah yang terjadi di Think Top Drink Outlet. Masalah yang terjadi adalah kurangnya bisnis perencanaan strategi untuk memenangkan persaingan bisnis. Pengamatan dilakukan dengan melakukan langsung wawancara dengan pemilik toko dan Think Top Drink pemilik cabang [5].

### 2.2 Identifikasi Masalah dan Tujuan Penelitian

Tahap kedua identifikasi masalah adalah mengidentifikasi masalah yang terjadi di Think Top Drink outlet, masalah ini disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu internal dan eksternal dari Think Top Drink Outlet. Pikirkan outlet Top Drink [10].

### 2.3 Pengumpulan Data

Tahap ketiga pengumpulan adalah proses yang dilakukan keluar dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan valid dan up-to-date data dari subjek penelitian, tahap pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan wawancara dengan Think Pemilik outlet Top Drink dan pemilik cabang, untuk mengetahuinya faktor-faktor eksternal, yaitu peluang dan ancaman, evaluasi faktor eksternal (EFE) data matriks memiliki beberapa variabel pertanyaan yaitu ekonomi sektor, sektor sosial budaya, sektor teknologi, pasokan sektor, dan sektor pesaing. Untuk faktor internal matriks evaluasi (IFE) dengan mengetahui kekuatan dan faktor kelemahan, variabel yang akan diteliti adalah manusia sumber daya, produksi dan operasi, pemasaran, sumber daya dan manajemen keuangan. Diolah oleh memberikan bobot dan peringkat melalui diskusi kelompok. Untuk perhitungan pembobotan dan penilaian dilakukan keluar dengan bantuan perangkat lunak Microsoft Excel 2019.

### 2.4 Pemrosesan Data

Pada tahap pemrosesan data, input menggunakan EFE Matriks dan matriks IFE dalam matriks ini akan memberikan Analisis berdasarkan Unit Bisnis Eksternal dan Internal faktor-faktor dalam matriks EFE dan matriks IFE. 4 (sangat kuat), 3 (kuat), 2 (sedang) dan 1 (lemah) [11].

Tahap analisis data, menggunakan matriks IE, SWOT dan Matriks QSPM untuk matriks IE digunakan untuk menentukan Kondisi unit usaha berbasis internal-eksternal kondisi, matriks SWOT digunakan untuk merumuskan SO, 51 Strategi ST, WO, dan WT berdasarkan kondisi yang telah diidentifikasi dalam matriks IE, dan yang terakhir adalah matriks QSPM yang digunakan untuk memberikan prioritas kepada Strategi alternatif berdasarkan internal dan eksternal Kondisi. Strategi yang disiapkan untuk menyediakan Penilaian AS dan TAS diambil dari SWOT matriks [12].

### 2.5 Kesimpulan dan saran

Tahap kelima adalah kesimpulan dari penelitian ini, yang merupakan kesimpulan dari proses yang akan dihasilkan dalam desain strategi bisnis untuk Think Top Gerai minuman berdasarkan SWOT dan Metode QSPM. Saran disiapkan untuk memberikan masukan untuk penelitian lebih lanjut mengenai masalah yang harus dipelajari [13] [14].

## III. HASIL DAN DISKUSI

### 1). Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan proses input data dalam penelitian ini proses. Dimaksudkan untuk mendapatkan dan memperoleh formulasi strategi pengembangan bisnis yang cocok untuk Pikirkan outlet Top Drink sesuai dengan arus kondisi eksternal dan internal perusahaan, menjadi mampu merumuskan strategi kompetitif ini dengan menggunakan Matriks EFE, matriks IFE.

#### a. Input Stage

Tabel 1. Matriks Hasil EFE

Faktor Eksternal	Nilai	Bobot	Rating	Skor
Sektor Ekonomi	14	0,07	3,5	0,26
Sektor Sosial dan Budaya	27	0,14	6,75	0,49
Sektor Teknologi	14	0,07	3,5	0,26
Sektor Supply	16	0,09	4	0,34
Sektor Pesaing	14	0,07	3,5	0,26
<b>Total Peluang</b>	<b>85</b>	<b>0,45</b>	<b>21,25</b>	<b>1,61</b>
Sektor Ekonomi	21	0,11	5,25	0,30
Sektor Sosial dan Budaya	16	0,09	4	0,34
Sektor Teknologi	18	0,09	4,5	0,22
Sektor Supply	35	0,18	8,75	0,58
Sektor Pesaing	13	0,07	3,25	0,22
<b>Total Ancaman</b>	<b>103</b>	<b>0,55</b>	<b>25,75</b>	<b>1,66</b>
<b>Grand Total</b>	<b>188</b>	<b>1,00</b>	<b>47</b>	<b>3,27</b>

Tabel 2. Matriks Hasil IFE

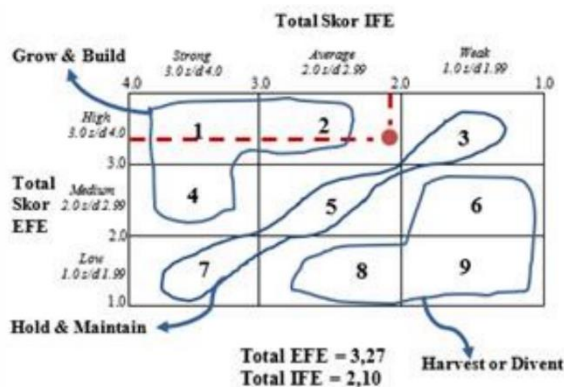
Faktor Eksternal	Nilai	Bobot	Rating	Skor
Sumber Daya Manusia	44	0,16	10,10	59
Produksi dan Operasional	26	0,10	6,50	0,30
Pemasaran	54	0,19	13,5	0,66
Sumber Dana	25	0,09	6,25	0,28
Manajemen	15	0,05	3,75	0,20
<b>Total Peluang</b>	<b>164</b>	<b>0,59</b>	<b>41</b>	<b>1,45</b>
Sumber Daya Manusia	14	0,05	1,5	0,08

Produksi dan Operasional	13	0,05	2	0,09
Pemasaran	57	0,21	5,9	0,31
Sumber Dana	14	0,05	1,4	0,07
Manajemen	15	0,05	1,8	0,10
<b>Total Ancaman</b>	<b>113</b>	<b>0,41</b>	<b>12,6</b>	<b>0,65</b>
<b>Grand Total</b>	<b>277</b>	<b>1,00</b>	<b>53,6</b>	<b>2,10</b>

Ditampilkan dari perhitungan tabel matriks EFE Tabel 1 dan matriks IFE pada tabel 2 Think Top Drink Outlet. Nilai total faktor eksternal adalah 3,27, dan Total skor faktor internal adalah 2,10. Dari keduanya tabel, juga dapat dilihat skor total untuk setiap faktor, dari yang terendah ke yang tertinggi. Ini juga bisa menjadi referensi dimana kualitas faktor-faktor yang memiliki skor tinggi harus dipertahankan sementara yang masih memiliki skor total yang rendah harus terus dievaluasi untuk peningkatan kualitas di masa depan.

b. Data Analysis Stage

Tahap ini menggunakan alat dari internal-eksternal (IE) matriks, matriks SWOT dan QSPM [15]. Matriks IE digunakan untuk menganalisis posisi unit usaha berbasis pada faktor internal dan eksternal yang diperoleh dari IFE matriks dan matriks EFE [16], matriks SWOT adalah Digunakan untuk mempersiapkan strategi bisnis berdasarkan perusahaan kondisi sesuai dengan hasil IE matriks sedangkan pada tahap akhir menggunakan Matriks QSPM sebagai metode untuk mendapatkan strategi yang paling dibutuhkan dalam Think Minuman Terbaik.



Gambar 1. Total Skor IFE

Pada Gambar 1 menunjukkan hasil matriks IE pada kuadran II dengan rekomendasi strategi untuk Think Top Drink, yaitu tumbuh dan membangun.

Tabel 3. Matriks Hasil SWOT

	<b>Strength (S) (Kekuatan)</b>	<b>Weakness (W) (Kelemahan)</b>
<b>Opportunity (O) (Peluang)</b>	Strategi S-O 1. Perluasan Fasilitas Ruang Tunggu dan perluasan kendaraan bermotor area parkir. <b>(S5,O2)</b> 2. Tingkatkan variasi topping minuman. <b>(S8,O2)</b> 3. Membuat kartu poin untuk mengumpulkan minuman baru Poin. <b>(S2,O3)</b>	Strategi W-O 1. Menambahkan alat untuk minuman produksi <b>(W2,O1)</b> 2. Berpromosi di media sosial media dalam bentuk voucher diskon. <b>(W3,O2)</b> 3. Melakukan pemasaran dengan melakukan katalog terbaru Foto. <b>(W5,O6)</b>
<b>Threats (T) (Ancaman)</b>	Strategi S-T 1. Buat minuman dari berbagai ukuran. <b>(S6,T1)</b> 2. Memperbarui minuman desain kemasan. <b>(S12,T3)</b> 3. Memperbarui alat menggunakan teknologi. <b>(S4,T5)</b>	Strategi W-T 1. Berpromosi di media sosial Media dan Pembuatan dukungan ke Instagram Selebriti. <b>(W3, T4)</b> 2. Membuat minuman dengan tipe terbaru. <b>(W4, T4)</b> 3. Perluas pemasaran dengan Bekerja sama dengan makanan vendor <b>(W4, T9)</b>

Berdasarkan hasil matriks SWOT pada Tabel 3, Ada 3 strategi di setiap kolom matriks, masing-masing yang merupakan hasil analisis silang antara bagian dari Matriks SWOT. Strategi yang dimiliki telah dirumuskan dalam matriks SWOT di atas dapat Dijelaskan sebagai berikut:

Strategi S-O (Strength – Opportunity)

- 1) Perluasan fasilitas ruang tunggu dan perluasan area parkir kendaraan bermotor. Strategi ini adalah Digunakan untuk mengembangkan unit usaha yang dapat memberikan yang lebih baik pelayanan kepada konsumen yang akan berdampak baik pada gambar outlet Think Top Drink dan jumlah pengunjung yang datang bisa bertambah dengan jumlah yang lebih besar kapasitas. **(S5,O2)**
- 2) Tingkatkan variasi topping minuman. Strategi ini digunakan untuk memenuhi beragam keinginan konsumen di masing-masing individual, serta menjadi inovasi yang dapat hindari titik jenuh konsumen, hal ini tentu bisa salah satu strategi yang bisa menjadi keunggulan bagi Think Top Outlet minuman. **(S8,O2)**

- 3) Buat kartu poin untuk mengumpulkan poin minuman baru. Strategi ini digunakan sebagai daya tarik pembelian untuk konsumen yang menginginkan minuman bonus, umumnya seseorang akan membeli jika ada bonus pada target tertentu. **(S2,O3)**

Strategi W-O (Weakness – Opportunity)

- 1.) Menambahkan alat untuk produksi minuman. Ini strategi digunakan untuk mempercepat kekuatan produksi Pembuatan minuman, sehingga layanan dari ThinkTop Outlet akan lebih cepat dan meningkatkan kepuasan pelanggan. **(W2,O1)**
- 2.) Berpromosi di media sosial berupa diskon Voucher. Strategi ini digunakan sebagai daya tarik pembelian dan bertujuan untuk mencakup informasi yang lebih luas untuk menjadi disampaikan kepada calon konsumen. **(W3,O2)**
- 3.) Buat foto katalog terbaru. Strategi ini adalah digunakan untuk tujuan memperbarui katalog untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan pembelian Daya tarik. **(W5,O6)**

Strategi S-T (Strength – Threats)

- 1) Buat minuman dengan berbagai ukuran. Tujuan utama dari Strategi ini untuk menjangkau semua kalangan, karena kebutuhan Masing-masing kelompok baik dari segi usia maupun daya beli dari setiap individu berbeda. **(S6,T1)**
- 2) Memperbarui desain kemasan minuman. Ini Strategi dibuat sebagai upaya untuk meningkatkan daya tarik produk bagi konsumen, karena Kemasan adalah penilaian pertama yang dilihat oleh konsumen. **(S12,T3)**
- 3) Lakukan pembaruan alat dengan menggunakan teknologi. Strategi ini dibuat sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas produksi dan layanan. **(S4,T5)**

Strategi W -T (Kelemahan – Ancaman)

- I. Promosikan di media sosial dan dukung Instagram Selebriti. Strategi ini merupakan upaya untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. **(W3, T4)**
- II. Membuat minuman dengan jenis terbaru. Strategi ini adalah suatu bentuk usaha agar produk dari Think Top Drink outlet tidak ketinggalan, karena keinginan konsumen akan selalu meningkat dan tidak terbatas. **(W4, T4)**
- III. Memperluas pemasaran dengan berkolaborasi dengan makanan Penjual. Strategi ini digunakan sebagai upaya peningkatan pendapatan dengan menjual produk pendamping minuman. **(W4, T9)**

Tabel 4. Hasil QSPM (Strategi Alternatif Prioritas)

No	STRATEGI ALTERNATIF PRIORITAS	TAS	RANK
1	Menambahkan alat untuk minuman produksi <b>(W2,O1) (G)</b>	14,37	1
2	Berpromosi di media sosial di Bentuk voucher diskon <b>(W3,O2) (G)</b>	13,83	2
3	Melakukan pemasaran dengan melakukan foto katalog terbaru. <b>(W5,O6) (G)</b>	13,61	3
4	Tingkatkan variasi minuman Topping. <b>(S8,O2) (G)</b>	13,58	4
5	Perluasan ruang tunggu fasilitas dan perluasan tempat parkir kendaraan bermotor. <b>(S5,O2) (B)</b>	13,51	5
6	Buat minuman dengan berbagai ukuran. <b>(S6,T1) (G)</b>	13,5	6
7	Lakukan pembaruan alat dengan menggunakan teknologi. <b>(S4,T5) (B)</b>	13,39	7
8	Promosikan di media sosial dan mendukung selebriti Instagram. <b>(W3, T4) (G)</b>	13,32	8
9	Buat kartu poin untuk dikumpulkan poin minuman baru. <b>(S2,O3) (G)</b>	13,3	9
10	Membuat minuman dengan Jenis yang terbaru . <b>(W4, T4) (G)</b>	13,08	10
11	Memperluas pemasaran dengan bekerja sama dengan penjual makanan. <b>(W4, T9) (B)</b>	12,92	11
12	Kemasan minuman yang diperbarui desain. <b>(S12,T3) (G)</b>	12,88	12

Menggunakan matriks QSPM, teknik ini akan dengan jelas menunjukkan strategi yang paling cocok untuk keadaan unit bisnis. Dari hasil alternatif prioritas strategi nilai tertinggi, yaitu Strategi penambahan peralatan untuk produksi minuman (W2,O1), strategi ini digunakan untuk mempercepat kekuatan produksi pembuatan minuman oleh, sekali layanan dari, gerai Think Top Drink akan lebih cepat dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Strategi ini juga termasuk dalam strategi pengembangan bisnis Grow untuk outlet Think Top Drink dan sementara nilainya dengan skor terendah adalah strategi memperbarui desain kemasan atau kemasan minuman. (S12, T3) yang juga termasuk dalam strategi membangun sebuah bangunan, Strategi ini dibuat sebagai upaya peningkatan daya tarik konsumen terhadap suatu produk, karena kemasan adalah salah satu alat untuk pemasaran produk, dan identifikasi untuk konsumen.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, kesimpulan dapat dirumuskan, yaitu perencanaan strategi bisnis untuk outlet Think Top Drink, menggunakan metode SWOT dan matriks QSPM yang dapat digunakan oleh outlet Think Top Drink untuk memenangkan kompetisi dan mengembangkan bisnis.

Strategi bisnis berdasarkan identifikasi dan perhitungan dalam metode penelitian ini menghasilkan 12 strategi alternatif prioritas sebagai berikut:

1. Menambahkan alat untuk produksi minuman. **(W2,O1) (G)**
2. Mempromosikan media sosial dalam bentuk diskon Voucher. **(W3,O2) (G)**
3. Melakukan pemasaran dengan melakukan foto katalog terbaru. **(W5,O6) (G)**
4. Menambah variasi topping minuman. **(S8,O2) (G)**
5. Perluasan fasilitas ruang tunggu dan perluasan area parkir kendaraan bermotor. **(S5,O2) (B)**
6. Buat minuman dengan berbagai ukuran. **(S6,T1) (G)**

Saran untuk penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut;

- 1.) Analisis strategi bisnis yang dapat membandingkan dan menghitung pangsa pasar dan pertumbuhan pasar yang akan memfasilitasi keputusan perencanaan strategis menggunakan Metode BMC.
- 2.) Perlu ada analisis kualitas produk, pelayanan dan promosi kepuasan konsumen dalam Untuk mengetahui penilaian berdasarkan konsumen opini mengenai perkembangan Think Top Drink Outlet.
- 3.) Perlu ada penelitian dan pengembangan pada e-commerce dalam rangka memberikan solusi terkait penjualan dan pemasaran berbasis online secara luas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Hasibuan and F. Amela, "Implementasi Quantitative Strategic Planning Matrix ( Qspm ) Dalam Merencanakan Strategi Pemasaran Pada Usaha Minuman Happy Bubble Drink Di Kota Binjai," *J. Bisnis Adm.*, vol. 08, no. c, pp. 26–36, 2019.
- [2] Y. Susilo et al., "PENERAPAN TRANSFORMASI DIGITAL PADA PEMASARAN," vol. 2, no. 4, pp. 457–468, 2021.
- [3] A. Amri, "Pengaruh periklanan melalui media sosial terhadap UMKM di Indonesia di masa pandemi," *J. Brand*, vol. 2, no. 1, pp. 123–130, 2020.
- [4] H. Arjun Dwi Patlan Dimiyati, Wahyudin, "Marketing Strategy Planning With SWOT Analysis and Quantitative Strategic Planning Matrix ( QSPM ) at CV .," vol. 24, no. 1, pp. 54–65, 2022.
- [5] W. Tambunan et al., "PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH MANIS BAKERY," vol. 5, no. 1, pp. 23–34, 2019.
- [6] W. Widiyarini and Z. F. Hunusalela, "Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM dalam Upaya Peningkatan Penjualan T Primavista Solusi," *JABE (Journal Appl. Bus. Econ.)*, vol. 5, no. 4, p. 384, 2019.
- [7] J. S. Celina, D. M. Kusumawardani, and M. Y. Fathoni, "Evaluasi Kinerja Rantai Pasok Perpustakaan Institut Teknologi Telkom Purwokerto Menggunakan Supply Chain Operational Reference ( SCOR ) Model Berbasis Objective Matrix ( OMAX )," vol. 9, no. 2, pp. 296–304, 2022.
- [8] A. Puspitaningrum, D. M. Kusumawardani, and M. Y. Fathoni, "Analisis Supply Chain Management dalam Peningkatan Produksi Nopia Mino Menggunakan Scor Model Supply Chain Management Analysis in Increasing Production of Nopia Mino Using the Score Model," vol. 11, pp. 337–351, 2022.
- [9] S. O. Afriyie, Y. Kong, M. O. Akomeah, K. Appiah, and P. O. Danso, "Application of BCG as a Strategic Planning Tool to Assess the Sustainability and Growth of University Programs in a Competitive Market," *Am. J. Multidiscip. Res.* © 2018 Am., vol. 1, no. 10, pp. 964–973, 2018.
- [10] D. R. Sonia, A. Sanjaya, and M. J. Hutajulu, "Business Development Strategies Using SWOT Analysis in the Cahaya Modern Home Industry," *J. Ad'ministrare*, vol. 7, no. 1, p. 161, 2020.
- [11] G. A. A. Pramono, "PERENCANAAN 54 STRATEGI PT. X DENGAN PENDEKATAN

- MANAJEMEN STRATEGI,” vol. 2, pp. 37–42, 2019.
- [12] H. Setyorini and I. Santoso, “Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM ( Studi Kasus : Restoran WS Soekarno Hatta Malang ) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM ( Case Study : WS Restaurant Soekarno Hatta Malang ),” vol. 5, no. 1, pp. 46–53, 2016.
- [13] N. E. Putri, R. Astuti, and S. A. Putri, “PERENCANAAN STRATEGI PENGEMBANGAN RESTORAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN METODE QSPM (QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIKS) (STUDI KASUS RESTORAN BIG BURGER MALANG),” *J. Ind.*, vol. 3, no. 2, pp. 93–106, 2014.
- [14] C. Shri, M. Gupta, and A. Agrawal, “Strategy Formulation for Performance Improvement of Indian Corrugated Industry: An Application of SWOT Analysis and QSPM Matrix,” *J. Appl. Packag. Res.*, pp. 60–75, 2015.
- [15] H. Hossain and M. A. Kader, “An Analysis on BCG Growth Sharing Matrix,” *Int. J. Contemp. Res. Rev.*, vol. 11, no. 10, pp. 245–252, 2020.
- [16] M. Banka, N. H. Tien, M. Thi, H. Dao, and D. T. Minh, “Analysis of business strategy of real estate developers in Vietnam : The application of QSPM matrix Analysis of business strategy of real estate developers in Vietnam : The application of QSPM matrix Page No : 188-196,” no. January, 2022.