

FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PT. SENTRA BINTANG SEJAHTERA DENGAN KONSEP SWOT, MATRIKS EFE-IFE-IE DAN QSPM

Najmi Fadhlurrahman Arifin ¹, Dr. Ir. Rina Djunita Pasaribu, M. Sc., ²

¹ Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, najmifadhlurr@student.telkomuniversity.ac.id

² Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, rinadjunita@telkomuniversity.ac.id

Abstract

PT. Sentra Bintang Sejahtera (SBS) is a tea agribusiness company in West Java that faces internal and external challenges in the form of production fluctuations, dependence on suppliers, and industry competition pressures. On the other hand, the company's competitiveness needs to continue to grow sustainably, so an analysis of environmental conditions is needed to formulate further development strategies. This study aims to formulate SBS's business development strategies using SWOT analysis, the IFE-EFE-IE Matrix, and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

The research was conducted using a qualitative descriptive approach through interviews. The interview participants consisted of 8 (eight) individuals from both internal and external sources, including customers, suppliers, and competitors. The validity of the interview results was tested through triangulation and/or member checks. In addition to interviews, quantitative questionnaires were distributed to compile the matrices, which were processed according to their intended use. Weight determination is based on industry/business, rates are based on company performance, and attractiveness scores are based on the appeal of the strategy to the company. The field results were then processed through the following stages: input analysis (S, W, O, T analysis; EFE matrix; IFE matrix), the second stage of matching (IE matrix, SWOT matrix), and finally the decision stage using the QSPM matrix.

The results of this study indicate that PT. Sentra Bintang Sejahtera has solid internal strengths (IFE score of 2.97) and a fairly supportive external environment (EFE score of 2.99), but it is still weak in digital marketing and vulnerable to weather conditions. The position in cell V of the IE Matrix recommends operational efficiency and strengthening internal competitiveness. Among the five priority strategies, optimising digital marketing through online platforms is the top priority with the highest TAS value of 6.3599, indicating the urgency of its implementation to expand the market and increase sales.

Keywords: *SWOT, IFE, EFE, IE, QSPM, Business Development, Tea Agribusiness*

Abstrak

PT. Sentra Bintang Sejahtera (SBS) merupakan perusahaan agribisnis teh di Jawa Barat yang menghadapi tantangan internal maupun eksternal berupa fluktuasi produksi, ketergantungan terhadap pemasok, dan tekanan persaingan industri. Di sisi lain daya saing perusahaan perlu tetap bertumbuh berkelanjutan sehingga diperlukan analisa kondisi lingkungan untuk dapat memformulasikan strategi pengembangan lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis SBS dengan menggunakan analisis SWOT, Matriks IFE-EFE-IE, dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara. Narasumber wawancara berjumlah 8 (delapan) orang yang berasal dari internal perusahaan dan dari eksternal yang terdiri dari pelanggan, pemasok dan pesaing. Uji keabsahan hasil wawancara dilakukan dengan triangulasi dan atau *member check*. Selain wawancara juga disebar angket kuantitatif untuk menyusun matriks-matriks yang diolah sesuai peruntukannya. Penentuan *Weight* berbasis industri/bisnis, *rate* berdasarkan performansi perusahaan dan *attractiveness score* berdasarkan daya tarik strategi bagi perusahaan. Hasil dari lapangan tersebut selanjutnya diolah melalui tahapan analisis proses input (analisis

S, W, O, T; matriks EFE; matriks IFE), tahap kedua pencocokan (matriks IE, matriks SWOT) dan terakhir tahap keputusan dengan hasil QSPM.

Hasil penelitian ini adalah menunjukkan PT. Sentra Bintang Sejahtera memiliki kekuatan internal yang solid (skor IFE 2,97) dan lingkungan eksternal yang cukup mendukung (skor EFE 2,99), namun masih lemah pada pemasaran digital dan rentan terhadap cuaca. Posisi pada sel V Matriks IE merekomendasikan efisiensi operasional dan penguatan daya saing internal. Dari lima strategi prioritas, optimalisasi pemasaran digital melalui platform online menjadi yang utama dengan nilai TAS tertinggi 6,3599, menandakan urgensi implementasinya untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: SWOT, IFE, EFE, IE, QSPM, Pengembangan Bisnis, Industri Teh

I. PENDAHULUAN

Industri teh merupakan salah satu sektor penting dalam agribisnis Indonesia. PT. Sentra Bintang Sejahtera (SBS) yang berdiri sejak 2015 berfokus pada produksi teh hitam dan teh hijau dengan lokasi pabrik di Kabupaten Bandung Barat dan gudang di Kabupaten Garut. Meskipun mampu memproduksi hingga 150.000 kg teh per bulan, perusahaan menghadapi tantangan seperti ketergantungan pada bahan baku eksternal, ketidaksesuaian kapasitas produksi RPTR, dan fluktuasi pendapatan akibat pandemi serta faktor manajerial. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya perumusan strategi yang tepat agar SBS tetap kompetitif dan dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki. Sejalan dengan itu, studi-studi awal mengenai perantara dalam konteks inovasi menggambarkan inovasi sebagai cara untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal menggunakan metode SWOT yang dipadukan dengan Matriks IFE-EFE-IE dan QSPM untuk menghasilkan alternatif strategi yang terukur dan implementatif (Noviaristanti et al., 2023). Oleh karena itu, dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal menggunakan metode SWOT yang dipadukan dengan Matriks IFE-EFE-IE dan QSPM untuk menghasilkan alternatif strategi yang terukur dan implementatif (Pasaribu et al., 2023; Hutajulu et al., 2024).

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan, yang terdiri dari kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Menurut David dan David (2017), SWOT menjadi dasar dalam proses formulasi strategi bisnis secara sistematis. Pendekatan holistik ini tidak sekadar mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal, melainkan juga menyediakan landasan fundamental bagi pengambilan keputusan strategis yang terinformasi dan terukur. Kerangka kerja manajemen strategis menunjukkan bahwa langkah pertama sebelum merumuskan strategi adalah melakukan pemindaian lingkungan atau audit internal-eksternal. (Triono & Alamsyah, 2023)

2.2 PESTEL

Menurut (M.A.B, 2024) Analisis PESTEL adalah metode strategis yang membantu perusahaan memahami faktor eksternal yang dapat memengaruhi operasional dan strategi bisnis. Dalam perencanaan bisnis, analisis ini berguna untuk menyesuaikan rencana agar lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan.

2.3 Porter's Industry Five Forces

Analisis *Porter Five Forces*, yang dikembangkan oleh Michael Porter, adalah metode untuk memahami daya tarik dan tingkat persaingan dalam suatu industri

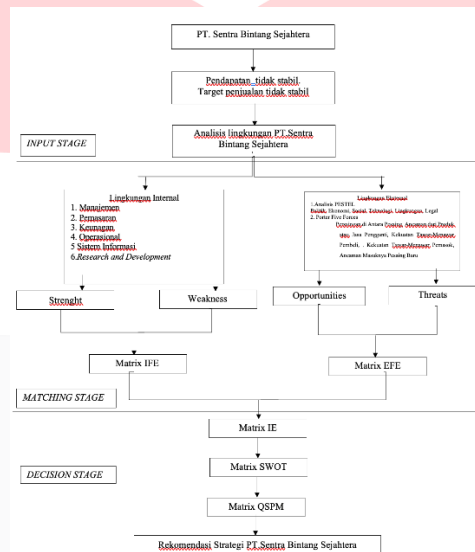
2.2 IFE, EFE dan IE

Matriks IFE dan EFE digunakan untuk mengevaluasi lingkungan internal dan eksternal secara kuantitatif dengan memberikan skor bobot dan rating terhadap masing-masing faktor strategis. Skor akhir dari IFE dan EFE digunakan dalam Matriks IE untuk menentukan posisi strategi perusahaan (David & David, 2017).

2.3 QSPM

QSPM adalah alat kuantitatif yang digunakan untuk memilih alternatif strategi terbaik berdasarkan total nilai daya tarik (*Total Attractiveness Score*) dari setiap strategi. Hanafi et al. (2023) menyatakan bahwa QSPM efektif dalam memberikan keputusan strategis yang terukur berdasarkan data SWOT dan QSPM efektif dalam memberikan keputusan strategis yang terukur berdasarkan data SWOT. Strategi yang disusun berdasarkan analisis SWOT dan QSPM terbukti mampu menghasilkan rekomendasi yang aplikatif dalam pengembangan organisasi berbasis komunitas Menurut Tricahyono et al., (2024)

Penelitian terdahulu oleh Pasaribu et al. (2023) dan Hutajulu et al. (2024) juga menggunakan kombinasi analisis SWOT dan QSPM dalam menentukan strategi bisnis bagi sektor agribisnis dan UMKM. Hasilnya menunjukkan pendekatan ini mampu memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif dan relevan. Dalam penelitian ini, kerangka penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui faktor internal maupun eksternal di SBS agar mengetahui dan memutuskan alternatif strategi pengembangan bisnis yang tepat. Berikut adalah kerangka pikiran:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

III.METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terhadap delapan narasumber yang terdiri dari pihak internal (manajemen SBS) dan eksternal (pelanggan, pemasok, pesaing), serta penyebaran angket untuk menentukan bobot dan *rating* faktor internal dan eksternal. Selain itu, dilakukan studi dokumen terhadap laporan internal, data produksi, dan laporan keuangan perusahaan. Proses analisis strategi dilakukan dalam tiga tahapan sesuai dengan model formulasi strategi yang dikembangkan oleh David dan David (2017), yaitu tahap *input*, tahap pencocokan, dan tahap keputusan. Pada tahap *input*, digunakan Matriks IFE dan EFE untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara terstruktur dan kuantitatif. Tahap pencocokan dilakukan dengan menggunakan Matriks IE dan Matriks SWOT untuk merumuskan alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Terakhir, tahap keputusan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menentukan prioritas strategi berdasarkan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS).

IV.HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap faktor internal perusahaan menggunakan Matriks IFE, PT. Sentra Bintang Sejahtera memperoleh skor total sebesar 2,85. Skor ini menempatkan perusahaan dalam kategori sedang kuat secara internal. Kekuatan yang dimiliki perusahaan meliputi lokasi pabrik yang strategis, kapasitas produksi yang besar, dan relasi bisnis yang luas. Di sisi lain, kelemahan yang signifikan adalah ketergantungan terhadap pasokan bahan baku

dari pihak luar dan rendahnya diversifikasi produk, yang dapat menghambat perusahaan dalam meningkatkan efisiensi dan menjangkau pasar baru.

Tabel 4.1 IFE

Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
Struktur organisasi berjalan baik	0.0904	4	0.3616
Memiliki karyawan yang jujur dan mudah adaptasi	0.1205	3	0.3615
Menjaga Kualitas Produk.	0.1084	3	0.3252
Struktur modal kuat berasal dari kombinasi tabungan komisisaris dan kredit bank	0.1024	3	0.3072
Pasokan bahan baku lancar.	0.1145	3	0.3435
Sudah mulai mengembangkan produk baru seperti teh hitam; strategi bertahap dengan riset dan uji coba pasar	0.1084	3	0.3252
Sudah menggunakan komputer untuk pencatatan produksi dan keuangan; laporan keuangan dan stok lebih rapi dan efisien.	0.1205	3	0.3615
Total	0.0904		2.3857
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
Belum memanfaatkan digital marketing dan platform online secara maksimal.	0.1205	2	0.2410
Ketergantungan pada kondisi cuaca tetap menjadi ancaman terhadap kelancaran produksi.	0.1145	2	0.3435

Total	0.2350		0.5845
Total Keseluruhan	0.3254		2.9702

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Dari sisi eksternal, hasil analisis menggunakan Matriks EFE menunjukkan skor total sebesar 3,15. Nilai ini menandakan bahwa PT. Sentra Bintang Sejahtera memiliki kemampuan yang baik dalam merespons peluang eksternal. Peluang terbesar perusahaan adalah meningkatnya tren konsumsi teh di dalam negeri maupun luar negeri serta terbukanya peluang ekspor yang lebih luas. Namun, perusahaan juga menghadapi beberapa ancaman seperti fluktuasi ketersediaan bahan baku, ketatnya persaingan harga, dan perubahan selera konsumen yang dinamis.

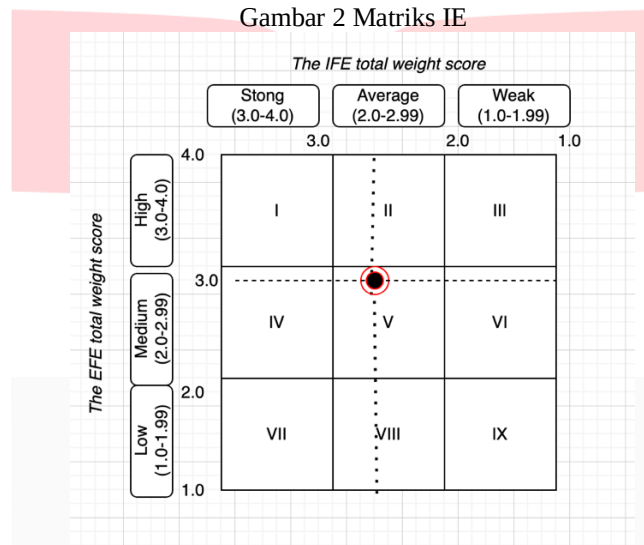
Tabel 4.2 EFE

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Opportunities (Peluang)			
Kondisi ekonomi nasional relatif stabil, daya beli mulai pulih, mendukung kelancaran operasional.	0.0601	3	0.1803
Hubungan baik dengan komunitas dan petani lokal mendorong loyalitas dan kestabilan pasokan bahan baku.	0.0792	3	0.2376
Penggunaan mesin dalam produksi meningkatkan efisiensi dan menjaga kualitas produk.	0.0546	3	0.1638
Kesadaran dan praktik pengelolaan limbah yang baik meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen dan mitra.	0.0738	3	0.2214
Perusahaan telah mematuhi seluruh regulasi, termasuk izin usaha, sertifikasi halal, dan PPN.	0.0601	3	0.1803
Memiliki pasar sendiri	0.0683	3	0.2049

Loyalitas konsumen terhadap kualitas teh tinggi menjaga stabilitas harga.	0.0683	3	0.2049
Memiliki kualitas produk baik.	0.0656	3	0.1968
PT. SBS memiliki kebun sendiri dan hubungan baik dengan petani, sehingga kekuatan tawar pemasok relatif rendah.	0.0601	3	0.1803
Total	0.5901		1.7701
Threats (Ancaman)			
Perubahan kebijakan seperti PPN atau regulasi baru bisa menghambat alur produksi & distribusi.	0.0683	3	0.2049
Perubahan iklim berdampak langsung terhadap hasil panen dan kualitas bahan baku.	0.0683	3	0.2049
Persaingan Ketat	0.0710	3	0.2130
Minuman lain seperti kopi, minuman kekinian, dan instan jadi alternatif konsumen.	0.0738	3	0.2214
Mudah nya membuka bisnis teh	0.0683	3	0.2049
Pendatang baru bisa menawarkan inovasi dan strategi digital lebih agresif jika PT. SBS tidak segera adaptif.	0.0683	4	0.2372
Total	0.4179		1.3220.
Total Keseluruhan	1		2.99.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Setelah melakukan tahap pertama yaitu tahap masukan (*input stage*), sehingga tahap berikutnya masuk kedalam tahap kedua yaitu tahap pencocokan (*matching stage*) dalam merumuskan suatu strategi. Tujuan dari matriks IE adalah untuk mengetahui posisi perusahaan serta mendapatkan pilihan strategi berdasarkan observasi dari faktor internal serta eksternal. Berikut gambaran matriks IE PT. Sentra Bintang Sejahtera yang didapatkan dari total skor IFE dan EFE:



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan nilai IFE dan EFE tersebut, posisi PT. SBS dalam Matriks IE berada di sel V (Hold and Maintain) dan jenis strategi yang dapat diaplikasikan untuk perumusan strategi adalah mempertahankan posisi melalui efisiensi operasional dan peningkatan daya saing internal

Tabel 4.3 Matriks SWOT

Faktor Internal	Strengths (S)	Weakness (W)
1.	Struktur organisasi berjalan baik	1. Belum memanfaatkan digital marketing dan platform online secara maksimal.
2.	Memiliki karyawan yang jujur dan mudah adaptasi.	2. Ketergantungan pada kondisi cuaca tetap menjadi ancaman terhadap kelancaran produksi.
3.	Menjaga kualitas produk.	
4.	Struktur modal kuat berasal dari kombinasi tabungan komisaris dan kredit bank.	

5. Pasokan bahan baku lancer.
6. Sudah mulai mengembangkan produk baru seperti teh hitam; strategi bertahap dengan riset dan uji coba pasar.
7. Sudah menggunakan komputer untuk pencatatan produksi dan keuangan; laporan keuangan dan stok lebih rapi dan efisien

Faktor Eksternal

Opportunities (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
1. Kondisi ekonomi nasional relatif stabil, daya beli mulai pulih, mendukung kelancaran operasional.	1. S3, S5, S6, S7 + O1, O6, O7, O8, O9: Memanfaatkan kualitas produk yang terjaga , pasokan bahan baku yang lancar , pengembangan produk baru (teh hitam) , dan efisiensi pencatatan dengan komputer untuk memperkuat posisi di pasar yang stabil , mempertahankan loyalitas konsumen terhadap kualitas teh , dan memanfaatkan kebun sendiri untuk negosiasi pemasok yang kuat.	1. W1 + O1, O6, O7: Mengatasi kelemahan dalam pemanfaatan digital marketing dengan segera mengimplementasikan platform online untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, didukung oleh kondisi ekonomi yang stabil , pasar yang sudah dimiliki , dan loyalitas konsumen.
2. Hubungan baik dengan komunitas dan petani lokal mendorong loyalitas dan kestabilan pasokan bahan baku	2. S1, S2, S4 + O2, O3, O4, O5: Memanfaatkan struktur organisasi yang baik , karyawan yang jujur dan adaptif , serta struktur modal yang kuat untuk mempererat hubungan baik dengan komunitas dan petani lokal , meningkatkan efisiensi produksi melalui penggunaan mesin , serta membangun citra positif perusahaan	2. W2 + O2, O9: Mengurangi ketergantungan pada kondisi cuaca dengan lebih mengoptimalkan hubungan baik dengan komunitas dan petani lokal serta kebun teh milik sendiri untuk memastikan stabilitas pasokan bahan baku.
3. Penggunaan mesin dalam produksi meningkatkan efisiensi dan menjaga kualitas produk.		
4. Kesadaran dan praktik pengelolaan limbah yang baik meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen dan mitra.		
5. Perusahaan telah mematuhi seluruh regulasi, termasuk izin usaha, sertifikasi halal, dan PPN		
6. Memiliki pasar sendiri.		
7. Perusahaan telah mematuhi seluruh regulasi, termasuk izin usaha, sertifikasi halal, dan PPN.		
8. Memiliki kualitas produk baik.		
9. PT. SBS memiliki kebun sendiri dan		

hubungan baik dengan petani, sehingga kekuatan tawar pemasok relatif rendah.	melalui pengelolaan limbah yang baik dan kepatuhan regulasi.	
Threats (Ancaman)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Perubahan kebijakan seperti PPN atau regulasi baru bisa menghambat alur produksi & distribusi	1. S3, S6, S7 + T3, T4, T6: Mempertahankan kualitas produk yang baik , terus mengembangkan produk baru (teh hitam) , dan memanfaatkan pencatatan terkomputerisasi untuk menghadapi persaingan ketat , ancaman produk pengganti (kopi/minuman kekinian) , dan pendatang baru yang agresif secara digital.	1. W1 + T3, T4, T6: Mengatasi kelemahan dalam pemanfaatan digital marketing dengan segera mengadopsi platform online dan strategi digital untuk mengurangi dampak persaingan ketat , ancaman dari produk pengganti , dan pendatang baru yang agresif secara digital.
2. Perubahan iklim berdampak langsung terhadap hasil panen dan kualitas bahan baku.		2. W2 + T1, T2: Mengurangi dampak ketergantungan pada cuaca dengan membangun sistem manajemen risiko yang lebih kuat terhadap perubahan iklim dan kebijakan yang dapat menghambat produksi dan distribusi
3. Persaingan Ketat.		
4. Minuman lain seperti kopi, minuman kekinian, dan instan jadi alternatif konsumen		
5. Mudah nya membuka bisnis teh		
6. Pendatang baru bisa menawarkan inovasi dan strategi digital lebih agresif jika PT. SBS tidak segera adaptif.	2. S1, S2, S4, S5 + T1, T2, T5: Memanfaatkan struktur organisasi yang baik , karyawan yang adaptif , modal yang kuat , dan pasokan bahan baku yang lancar untuk menghadapi perubahan kebijakan pemerintah , dampak perubahan iklim , dan kemudahan masuknya pesaing baru di industri teh	

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, PT. Sentra Bintang Sejahtera memiliki posisi strategis yang cukup kuat dengan beberapa temuan utama:

1. Kekuatan Internal: Perusahaan memiliki fondasi yang solid dengan struktur organisasi yang baik, SDM yang jujur dan adaptif, serta komitmen kuat terhadap kualitas produk. Struktur modal yang kuat dari kombinasi tabungan komisaris dan kredit bank, ditambah dengan pasokan bahan baku yang lancar dan inovasi produk bertahap, memberikan keunggulan kompetitif. Penggunaan teknologi komputer untuk pencatatan produksi dan keuangan juga menunjukkan efisiensi operasional yang baik.
2. Kelemahan Internal: Dua kelemahan utama yang perlu segera diatasi adalah minimnya pemanfaatan digital marketing dan platform online, serta ketergantungan pada kondisi cuaca yang dapat mengganggu kelancaran produksi. Hal ini menunjukkan perlunya diversifikasi strategi pemasaran dan manajemen risiko yang lebih baik.

3. Peluang Eksternal: Kondisi ekonomi nasional yang stabil, hubungan baik dengan komunitas petani lokal, dan loyalitas konsumen yang tinggi memberikan peluang besar untuk ekspansi. Kepatuhan regulasi yang lengkap dan kepemilikan pasar sendiri menjadi modal penting untuk pertumbuhan berkelanjutan.
4. Ancaman Eksternal: Perubahan kebijakan pemerintah, dampak perubahan iklim, dan persaingan ketat dari produk pengganti serta pendatang baru yang agresif secara digital menjadi tantangan utama yang harus diantisipasi.

Secara keseluruhan, PT. SBS berada dalam posisi yang menguntungkan untuk mengimplementasikan strategi pertumbuhan dan pengembangan, dengan fokus utama pada digitalisasi dan diversifikasi untuk mengoptimalkan kekuatan internal dan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Setelah melakukan tahap yang ke 2 yaitu tahap pencocokan (*matching stage*) dengan demikian melakukan tahap selanjutnya yaitu tahap keputusan (*decision stage*) untuk perumusan strategi. QSPM bertujuan untuk memperoleh strategi alternatif yang paling baik sehingga dapat direkomendasikan bagi PT. Sentra Bintang Sejahtera. QSPM menggunakan input dari analisis pada tahap pertama lalu mencocokkan hasil dari analisis pada tahap kedua yang dimana digunakan untuk memutuskan secara objektif diantara beberapa strategi yang lain. Prioritas dari strategi yang ditentukan dari *attractiveness score* (AS) dari faktor internal dan eksternal. Tingkat *attractiveness score* (AS) diberikan oleh narasumber internal dari PT. Sentra Bintang Sejahtera sama seperti yang dilakukan sebelumnya sama seperti penentuan rating matriks IFE dan EFE tetapi pada matriks QSPM ini tidak semua faktor matriks IFE dan EFE diberikan *attractiveness score* (AS) dan hanya faktor yang dapat mempengaruhi atau mempengaruhi strategi alternatif pada matriks SWOT yang diberikan *attractiveness score* (AS) dan faktor lain yang tidak diberikan *attractiveness score* (AS) akan dikosongkan. Bobot matriks QSPM sama dengan bobot IFE dan EFE. Berikut merupakan tabel analisis matriks QSPM:

Tabel 4.4 QSPM

Alternatif Strategi 1	Alternatif Strategi 2	Alternatif Strategi 3	Alternatif Strategi 4	Alternatif Strategi 5
Memanfaatkan kualitas produk yang terjaga , pasokan bahan baku yang lancar , pengembangan produk baru (teh hitam) , dan efisiensi pencatatan dengan komputer untuk memperkuat posisi di pasar yang stabil , mempertahankan loyalitas konsumen terhadap kualitas teh , dan memanfaatkan kebun sendiri untuk negosiasi pemasok yang kuat.	Mengatasi kelemahan dalam pemanfaatan digital marketing dengan segera mengimplementasikan platform online untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, didukung oleh kondisi ekonomi yang stabil , pasar yang sudah dimiliki , dan loyalitas konsumen.	Memanfaatkan struktur organisasi yang baik , karyawan yang adaptif , modal yang kuat , dan pasokan bahan baku yang lancar untuk menghadapi perubahan kebijakan pemerintah , dampak perubahan iklim , dan kemudahan masuknya pesaing baru di industri teh..	Mengurangi dampak ketergantungan pada cuaca dengan membangun sistem manajemen risiko yang lebih kuat terhadap perubahan iklim dan kebijakan yang dapat menghambat produksi dan distribusi.	Mengatasi kelemahan dalam pemanfaatan digital marketing dengan segera mengadopsi platform online dan strategi digital untuk mengurangi dampak persaingan ketat , ancaman dari produk pengganti , dan pendatang baru yang agresif secara digital.

Strengths	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Struktur organisasi berjalan baik	0.090 4	4	0.3616	3	0.2712	3	0.2712	4	0.2712	3	0.2712
Memiliki karyawan yang jujur dan mudah adaptasi	0.120 5	3	0.3615	4	0.4820	3	0.3615	4	0.4820	4	0.4820
Menjaga Kualitas Produk.	0.108 4	3	0.3252	3	0.3252	3	0.3252	3	0.3252	4	0.4336
Struktur modal kuat berasal dari kombinasi tabungan komisariss dan kredit bank	0.102 4	3	0.3072	3	0.3072	4	0.4096	3	0.3072	3	0.3072
Pasokan bahan baku lancar.	0.114 5	3	0.3435	3	0.3435	4	0.4580	4	0.4580	3	0.3435
Sudah mulai mengembangkan produk baru seperti teh hitam; strategi bertahap dengan riset dan uji coba pasar	0.108 4	3	0.3252	3	0.3252	4	0.4336	4	0.4336	3	0.3252
Sudah menggunakan komputer untuk pencatatan produksi dan keuangan; laporan keuangan dan stok lebih rapi dan efisien.	0.120 5	3	0.3615	3	0.3615	4	0.4820	4	0.4820	3	0.3615
Weakness	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Belum memanfaatkan digital marketing dan platform online secara maksimal.	0.120 5	2	0.2410	3	0.3615	4	0.4820	4	0.4820	3	0.3615
Ketergantungan pada kondisi cuaca tetap menjadi	0.114 5	3	0.3435	3	0.3435	4	0.4580	3	0.3435	3	0.3435

ancaman terhadap kelancaran produksi.											
Total	1										
Opportunities	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kondisi ekonomi nasional relatif stabil, daya beli mulai pulih, mendukung kelancaran operasional.	0.060 1	3	0.1803	4	0.2402	3	0.1803	4	0.2402	3	0.1803
Hubungan baik dengan komunitas dan petani lokal mendorong loyalitas dan kestabilan pasokan bahan baku.	0.079 2	3	0.2376	4	0.3168	3	0.2376	3	0.2376	3	0.2376
Penggunaan mesin dalam produksi meningkatkan efisiensi dan menjaga kualitas produk.	0.054 6	3	0.1638	3	0.1638	3	0.1638	3	0.1638	3	0.1638
Kesadaran dan praktik pengelolaan limbah yang baik meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen dan mitra.	0.073 8	3	0.2214	3	0.2214	3	0.2214	3	0.2214	3	0.2214
Perusahaan telah mematuhi seluruh regulasi, termasuk izin usaha, sertifikasi halal, dan PPN.	0.060 1	3	0.1803	4	0.2404	4	0.2404	3	0.1803	3	0.1803
Memiliki pasar sendiri	0.068 3	4	0.2732	4	0.2732	4	0.2732	3	0.2049	3	0.2049

Loyalitas konsumen terhadap kualitas teh tinggi menjaga stabilitas harga.	0.068 3	3	0.2049	4	0.2732	3	0.2049	3	0.2049	2	
Memiliki kualitas produk baik.	0.065 6	3	0.1968	3	0.1968	2	0.0328	2	0.0328	2	0.032 8
PT. SBS memiliki kebun sendiri dan hubungan baik dengan petani, sehingga kekuatan tawar pemasok relatif rendah.	0.060 1	3	0.1803	3	0.1803	3	0.1803	3	0.1803	3	0.180 3
Threats	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Perubahan kebijakan seperti PPN atau regulasi baru bisa menghambat alur produksi & distribusi.	0.068 3	3	0.2049	4	0.2732	3	0.2049	3	0.2049	2	0.136 6
Perubahan iklim berdampak langsung terhadap hasil panen dan kualitas bahan baku.	0.068 3	3	0.2049	4	0.2732	2	0.1366	3	0.2049	2	0.136 6
Persaingan Ketat	0.071 0	3		4		3		3		2	
Minuman lain seperti kopi, minuman kekinian, dan instan jadi alternatif konsumen.	0.073 8	3	0.2130	3	0.2130	3	0.2130	3	0.2130	3	0.213 0
Mudah nya membuka bisnis teh	0.068 3	3	0.2049	3	0.2049	2	0.2732	3	0.2049	3	0.204 9
Pendatang baru bisa menawarkan inovasi dan	0.068 3	4	0.2732	3	0.2049	3	0.2049	3	0.2049	3	0.204 9

strategi digital lebih agresif jika PT. SBS tidak segera adaptif.

Total	1					
Total Keseluruhan		6.0489	6.3599	6,1588	6.1876	5.8125

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel matriks QSPM diatas, berikut urutan terbesar hingga terkecil dari strategi alternatif berdasarkan jumlah skor daya tarik total (STAS) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5 Urutan Strategi Alternatif

No	Strategi	Keterangan
1	Alternatif Strategi 2	Mengatasi kelemahan dalam pemanfaatan digital marketing dengan segera mengimplementasikan platform online untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, didukung oleh kondisi ekonomi yang stabil , pasar yang sudah dimiliki , dan loyalitas konsumen.
2	Alternatif Strategi 4	Mengurangi dampak ketergantungan pada cuaca dengan membangun sistem manajemen risiko yang lebih kuat terhadap perubahan iklim dan kebijakan yang dapat menghambat produksi dan distribusi.
3	Alternatif Strategi 3	Memanfaatkan struktur organisasi yang baik , karyawan yang adaptif , modal yang kuat , dan pasokan bahan baku yang lancar untuk menghadapi perubahan kebijakan pemerintah , dampak perubahan iklim , dan kemudahan masuknya pesaing baru di industri teh..
4	Alternatif Strategi 1	Memanfaatkan kualitas produk yang terjaga , pasokan bahan baku yang lancar , pengembangan produk baru (teh hitam) , dan efisiensi pencatatan dengan komputer untuk memperkuat posisi di pasar yang stabil , mempertahankan loyalitas konsumen terhadap kualitas teh , dan memanfaatkan kebun sendiri untuk negosiasi pemasok yang kuat
5	Alternatif Strategi 5	Mengatasi kelemahan dalam pemanfaatan digital marketing dengan segera mengadopsi platform online dan strategi digital untuk mengurangi dampak persaingan ketat , ancaman dari produk pengganti , dan pendatang baru yang agresif secara digital.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025

PT. Sentra Bintang Sejahtera (SBS) memiliki keunggulan internal yang signifikan, ditopang oleh struktur manajerial yang terstruktur dari hulu ke hilir, memastikan operasional yang efisien dengan pembagian kerja dan sistem shift yang jelas. Karyawan SBS dinilai jujur dan mudah beradaptasi, sementara kualitas produk teh yang terjaga menjadi landasan strategi word of mouth yang efektif dalam membangun loyalitas pelanggan tanpa biaya promosi

tinggi. Secara finansial, perusahaan memiliki struktur modal yang kuat dari kombinasi tabungan komisaris dan kredit bank, dengan penetapan harga yang sesuai daya beli konsumen tanpa mengorbankan kualitas. Dalam operasional, SBS menerapkan sistem dual sourcing bahan baku dari kebun sendiri dan petani lokal untuk menjamin kontinuitas pasokan sekaligus memberdayakan komunitas. Perusahaan juga melakukan pengembangan produk baru seperti teh hitam melalui riset dan uji coba pasar, serta memanfaatkan komputer dalam pencatatan produksi dan keuangan untuk efisiensi. Meski demikian, SBS memiliki kelemahan dalam pemanfaatan digital marketing dan ketergantungan pada kondisi cuaca yang memengaruhi pasokan bahan baku. Dari sisi eksternal, SBS menghadapi kondisi ekonomi nasional yang stabil dan daya beli masyarakat yang mulai pulih sebagai peluang, diperkuat oleh hubungan baik dengan komunitas dan petani lokal, serta penggunaan mesin dalam produksi yang meningkatkan efisiensi. Kepatuhan terhadap regulasi juga turut membangun citra positif dan kepercayaan stakeholder. Namun, perusahaan menghadapi tantangan dari persaingan ketat, ancaman produk substitusi seperti kopi kekinian, kemudahan masuknya pesaing baru, serta pendatang baru dengan inovasi digital yang agresif. Hasil Matriks IE menempatkan SBS pada Sel II (Grow and Build), menunjukkan posisi internal yang kuat di tengah lingkungan eksternal yang atraktif. Analisis QSPM lebih lanjut mengidentifikasi investasi dalam digital marketing (TAS: 6.3599) sebagai prioritas strategis utama, diikuti oleh penguatan sistem manajemen risiko terhadap perubahan iklim dan kebijakan (TAS: 6.1876), sebagai langkah krusial untuk mengatasi kelemahan digitalisasi dan kerentanan terhadap cuaca, sekaligus memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal untuk menjaga stabilitas dan daya saing di pasar.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan serangkaian analisis yang komprehensif menggunakan Matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama mengenai posisi strategis dan arah pengembangan bisnis PT. Sentra Bintang Sejahtera:

- IFE Dari PT. Sentra Bintang Sejahtera memiliki kekuatan internal yang cukup solid dengan skor total 2,9702. Keunggulan meliputi struktur manajemen yang terorganisasi dari hulu ke hilir, tenaga kerja adaptif, kualitas produk yang konsisten, stabilitas modal, ketersediaan pasokan bahan baku, inovasi produk, dan efisiensi pencatatan operasional. Namun, terdapat kelemahan yang perlu diatasi, terutama dalam optimalisasi pemasaran digital dan mitigasi ketergantungan terhadap faktor cuaca.
- EFE Skor total 2,9999 menunjukkan bahwa lingkungan eksternal cukup mendukung. Peluang strategis meliputi stabilitas ekonomi, kemitraan erat dengan petani, efisiensi mesin produksi, pengelolaan limbah yang baik, dan kepatuhan terhadap regulasi. Ancaman utama berasal dari perubahan kebijakan pemerintah, dampak perubahan iklim, intensitas persaingan, keberadaan produk substitusi, serta rendahnya hambatan masuk bagi pesaing baru.
- Posisi Strategis (Matriks IE): Dengan kombinasi skor IFE dan EFE, PT. Sentra Bintang Sejahtera berada pada sel V (Hold and Maintain) dalam Matriks IE. Ini merekomendasikan mempertahankan posisi melalui efisiensi operasional dan peningkatan daya saing internal
- Prioritas Strategi (SWOT & QSPM): Dari 8 alternatif strategi hasil Matriks SWOT, Matriks QSPM mengidentifikasi 5 prioritas. **Alternatif Strategi 2**, yaitu " Mengatasi kelemahan dalam pemanfaatan digital marketing dengan segera mengimplementasikan platform online untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, didukung oleh kondisi ekonomi yang stabil , pasar yang sudah dimiliki , dan loyalitas konsumen.", menjadi strategi dengan Total Attractiveness Score (TAS) tertinggi sebesar 6.3599.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, PT. Sentra Bintang Sejahtera perlu mengimplementasikan beberapa strategi kunci untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan. Pertama, mengembangkan manajemen risiko iklim dan regulasi melalui investasi teknologi pertanian adaptif dan pemantauan regulasi pemerintah yang dinamis. Kedua, mengoptimalkan pemasaran digital dengan memanfaatkan e-commerce dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar, terutama dalam mengenalkan produk teh hitam baru. Ketiga, meningkatkan efisiensi operasional dan keuangan melalui evaluasi sistem manajemen secara berkelanjutan. Keempat, mempertahankan budaya organisasi yang positif dan kualitas produk sebagai kekuatan inti perusahaan. Dengan menerapkan strategi-strategi ini secara terintegrasi, PT. Sentra Bintang Sejahtera akan mampu memitigasi risiko eksternal dan memaksimalkan kekuatan internal untuk meraih peluang pertumbuhan yang signifikan di tengah dinamika industri teh yang kompetitif.

REFERENSI

- Abbasi, F., Esparcia, J., & Saadi, H. A. (2019). From Analysis to Formulation of Strategies for Farm Advisory Services (Case Study: Valencia, Spain). *Journal of Agricultural Extension*, 23(2), 44–58.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases* (15th ed.). Pearson Education.
- Gupta, M., Agrawal, A., & Shri, C. (2015). Strategy Formulation for Performance Improvement of Indian Corrugated Industry. *Journal of Applied Packaging Research*, 7(1), 22–36.
- Hanafi, F., Rizki, M., & Nofirza. (2023). Analisis Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM. *Jurnal INTECOMS*, 6(1), 1–12.
- Hutajulu, R. S., Suryana Strategi UMKM Teh Lokal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Agribisnis*, 10(1), 55–70.
- M.A.B. (2024). Implementasi SWOT dalam Agribisnis. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 14–26.
- Nor Safitri, R., Arbainah, S., & Karyanti, T. D. (2023). Formulasi Strategi Bisnis Hotel dengan SWOT dan QSPM. *Applied Accounting and Management Review*, 4(2), 77–88.
- Noviaristanti, S., Acur, N., & Mendibil, K. (2023). The different roles of innovation intermediaries to generate value. *Management Review Quarterly*, 74, 2545–2577. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00364-2> Usaha Syariah Pekanbaru). In *Jurnal Perbankan Syariah* (Vol. 1, Issue 1).
- Pasaribu, R. D., dkk. (2023). Strategi Bisnis Kreatif di Era Digital. *Jurnal MBTI Telkom*, 11(3), 55–66.
- Pasaribu, R. D.1*, P., Inzaghi, Z., & Sutjipto, M. R. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis Swot dan QSPM (Studi Kasus Pada Perusahaan Keluarga PT. Susu KPBS Pangalengan). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2162. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1810>
- Tricahyono, D., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, M. R. (2024). *Strategic Formulation Towards A Prosperous Mosque : Case Study Of Izzatul Mu'minin Mosque Lembang*. <http://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr> Wikipedia. (2025). *Pertanian*. 1–2.
- Triono, S. P. H., & Alamsyah, A. (2023). Driving factors for the use of business intelligence and analytics among Indonesian startups. *International Journal of Technoentrepreneurship*, 4(4), 277–296. <https://doi.org/10.1504/ijte.2023.10060579>

