

## ABSTRAK

Dapur Dalena merupakan usaha kuliner yang menjual makanan siap saji melalui aplikasi jasa antar makanan online dengan menu andalan Pangsit Ayam. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi bisnis apa yang tepat agar dapat diterapkan oleh perusahaan yang bertujuan dalam meningkatkan penjualan pada Dapur Dalena. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT dan metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Pada pengumpulan data ini menggunakan data primer dengan cara melakukan wawancara pada pemilik usaha dan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen Pangsit Ayam Dapur Dalena untuk mendapatkan data-data dan informasi yang akurat. Selanjutnya dengan menggunakan data sekunder dengan cara melakukan pengumpulan data melalui data internal perusahaan dan data terkait. Berdasarkan hasil matrik IFE memperoleh total skor tertimbang sebesar 3,57 dan matrik EFE memperoleh total skor tertimbang sebesar 3,38. Matriks SWOT memperoleh beberapa alternatif strategi yang telah diproses dengan menggabungkan antara faktor internal kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal peluang dan ancaman. Pada hasil diagram analisis swot, perusahaan berada pada kuadran 1 yaitu posisi yang dapat menguntungkan bagi perusahaan yang disebabkan oleh perusahaan yang memiliki banyaknya peluang dan kekuatan sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada. serta mendukung pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy). Berdasarkan hasil yang telah dibuat, QSPM memperoleh alternatif strategi prioritas yaitu meningkatkan kualitas produk dan layanan dengan nilai STAS sebesar 6,24.

Kata kunci : Matriks IFE, EFE, Analisis SWOT, QSPM

## ABSTRACT

Dapur Dalena is a culinary business that sells ready-to-eat food through an online food delivery service application, with their signature dish being Pangsit Ayam. This research aims to identify the appropriate business strategy to enhance sales for Dapur Dalena. The research employs SWOT analysis and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Primary data was collected through interviews with the business owner and the distribution of questionnaires to consumers of Pangsit Ayam Dapur Dalena to gather accurate data and information. Secondary data was also collected from internal company data and related sources. Based on the IFE and EFE matrices, the total weighted scores were 3.57 and 3.38 respectively. The SWOT matrix produced several alternative strategies by combining internal strengths and weaknesses with external opportunities and threats. The analysis placed the company in quadrant 1, a favorable position due to the multitude of opportunities and strengths which enables the company to capitalize on those opportunities and support aggressive growth-oriented strategy. Based on the results, the QSPM prioritized the strategy of improving product and service quality with a STAS value of 6.24.

Keywords: Matrix IFE, EFE, Analysis SWOT, QSPM