

**ANALISIS MODEL PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN  
QSPM PADA ORGANISASI HIPMI PT UNIVERSITAS TELKOM**  
**ANALYSIS OF BUSINESS DEVELOPMENT MODEL USING QSPM IN HIPMI PT  
TELKOM UNIVERSITY**

Demara Bijak Kurniawan<sup>1</sup>, Grisna Anggadwita,S.T.,M.S.M.<sup>2</sup>

Prodi MBTI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom  
[demarakurniawan@gmail.com](mailto:demarakurniawan@gmail.com)<sup>1</sup>, [grisnaanggadwita@gmail.com](mailto:grisnaanggadwita@gmail.com)<sup>2</sup>

---

### Abstrak

Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI PT) merupakan sebuah organisasi yang mewadahi mahasiswa-mahasiswi Universitas Telkom yang memiliki keinginan untuk berwirausaha karena *Entrepreneur* atau wirausahawan mulai terlihat menjanjikan sebagai alternatif profesi. landasan dari penelitian ini meliputi; kewirausahaan, manajemen strategi, strategi bisnis, perumusan strategi, dan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan tema penelitian ini, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Three-Stage Strategy-Formulation Analytical Framework* untuk mengetahui strategi organisasi HIPMI PT Telkom yang tepat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, tujuan dari digunakannya metode penelitian kualitatif adalah penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi yang alami (*Natural Setting*). Narasumber ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*. Dengan menentukan indikator sesuai dengan kebutuhan penulis dalam melakukan penelitian dengan wawancara mengenai analisis model pengembangan bisnis dengan menggunakan QSPM, kesimpulan penelitian ini menurut matriks QSPM, menemukan bahwa program yang memiliki kemungkinan paling besar untuk dijalankan adalah dengan Membuat program terkait pemanfaatan teknologi *Social Media* dan *Market Place*.

**Kata kunci** : Strategi Bisnis, IFE, EFE, IE, QSPM

---

### Abstract

*Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI PT) is an organization that accommodates students of Telkom University who have the desire to entrepreneurship because entrepreneurs or entrepreneurs start to look promising as an alternative profession. the foundations of this research include; entrepreneurship, strategy management, business strategy, strategy formulation, and some previous research related to the theme of this research, in this research, the researcher uses Three-Stage Strategy-Formulation Analytical Framework to know the proper strategy for HIPMI PT Telkom University Organization. Method used in research this is a qualitative research method, the purpose of the use of qualitative research methods is qualitative research done on natural conditions (Natural Setting). The resource is determined using purposive sampling method. By determining the indicators in accordance with the needs of the authors in conducting research with interviews about the analysis of business development model using QSPM, the conclusion of this study according to QSPM matrix, found that the program that has the greatest possibility to run is by Creating programs related to the utilization of Social Media technology and Market Place.*

*Keywords: Business Strategy, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, SWOT Matrix, QSPM Matrix*

---

## 1. Pendahuluan

*Entrepreneur* atau wirausahawan belakangan ini menjadi suatu hal yang sering menjadi perbincangan, khususnya *entrepreneur* sebagai alternatif profesi. Tidak dapat dipungkiri bahwa mencari pekerjaan semakin sulit karena persaingan yang juga semakin meningkat setiap tahunnya. Dalam membangun usaha dibutuhkan pengetahuan terkait dasar-dasar berwirausaha yang tepat, tentunya pendidikan kewirausahaan tidak hanya didapat di mata kuliah kewirausahaan saja, juga didukung dengan lahirnya organisasi berbasis kewirausahaan seperti HIPMI. Yang didalamnya mengajarkan atau memotivasi mahasiswa menjadi *entrepreneur* dari waktu mereka menduduki bangku kuliah. Agar kelak setelah lulus setidaknya mereka sudah memiliki mata pencaharian sendiri. Dan tentunya tidak terfokus hanya dalam mencari pekerjaan

Tentu program atau strategi dari organisasi berbasis kewirausahaan seperti HIPMI PT Universitas Telkom perlu tepat sasaran sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pengusaha *start-up*, lainnya. dalam menentukan strategi banyak metode yang dapat digunakan seperti Matrik IFE, Matrik EFE, SWOT, dan Matrik QSPM. Hal tersebut ditujukan untuk mendapatkan strategi bisnis maupun program yang tepat untuk dihadirkan oleh HIPMI PT Universitas Telkom. Seperti yang dikatakan oleh David (2011:53) Strategi Bisnis adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi<sup>[1]</sup>.

**2. Dasar Teori dan Metodologi**

**2.1 Dasar Teori**

Dalam melakukan analisis strategi bisnis kewirausahaan HIPMI PT Universitas Telkom, diperlukan beberapa teori menjadi acuan dalam melakukan analisis yaitu mencakup kewirausahaan, manajemen strategi bisnis, perumusan strategi, dalam perumusan strategi ada tiga tahap dalam menentukan rumusan strateginya menurut David (2011:209) yaitu; *input stage* yang mengevaluasi faktor internal dan eksternal, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT kepada HIPMI PT Universitas Telkom, selanjutnya pada tahap terakhir adalah melakukan analisis QSPM untuk menentukan putusan<sup>[2]</sup>.

**2.2 Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan pada kondisi alamiah, langsung ke sumber data dan peneliti adalah sumber kunci. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif, artinya data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk atau *outcome*. Penelitian kualitatif melakukan analisis secara induktif. Penelitian kualitatif lebih menekankan makna (data dibalik yang teramati)<sup>[3]</sup>. Berdasarkan tujuannya, penelitian ini bersifat deskriptif dan eksploratif, data yang dikumpulkan berfokus pada kata-kata, dan gambar yang bertujuan untuk menjabarkan secara rinci sampai mendapatkan makna dari pokok permasalahan hingga kesimpulannya. Dalam penelitian kualitatif, teknik sampling yang sering digunakan adalah *purposive sampling*, *purposive sampling* adalah menentukan subjek/objek sesuai tujuan dengan menggunakan pertimbangan pribadi yang sesuai dengan topik penelitian, peneliti memilih subjek/objek sebagai unit analisis<sup>[4]</sup>. Dalam pengujian keabsahan data, metode penelitian kualitatif menggunakan istilah yang berbeda dengan penelitian kuantitatif, uji keabsahan penelitian kualitatif meliputi uji *credibility, transferability, dependability, dan confirmability*<sup>[5]</sup>.

**3. Pembahasan**

Dalam penelitian ini ditentukan dahulu alat pengumpulan data yaitu pertanyaan-pertanyaan wawancara yang akan diajukan ke narasumber untuk menemukan faktor-faktor eksternal dan internal yang dibagi kedalam *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats*. Data tersebut digunakan untuk menganalisis Matriks EFE dan IFE, yang kemudian didalamnya untuk mengetahui total score dari hasil bobot (pengaruh faktor terhadap perusahaan) dikalikan dengan rating (bagaimana perusahaan menangani faktor tersebut). Kemudian hasil total score dari matrix EFE dan IFE digunakan untuk menentukan posisi perusahaan pada perusahaan dengan Matriks IE

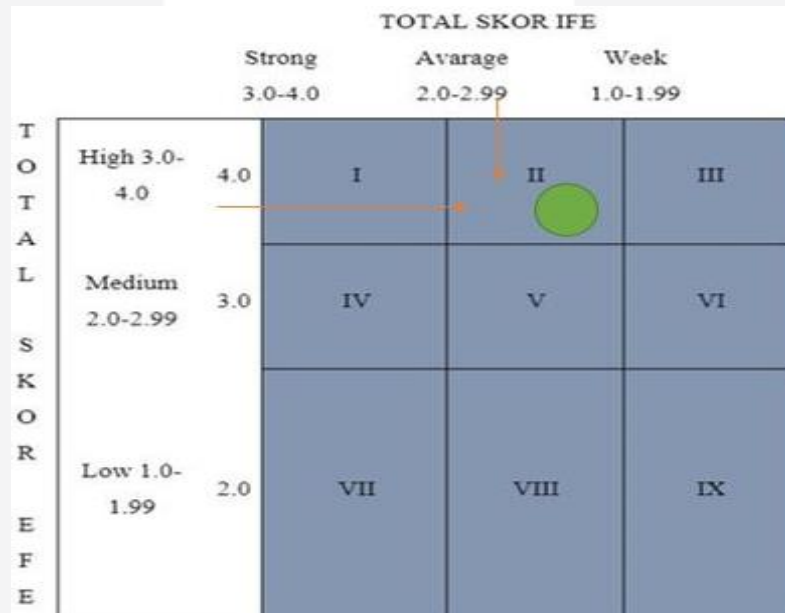
Tabel 1 Analisis Matriks EFE

Kode	Faktor Eksternal			
	Peluang (Opportunity)	Bobot	Rating	Score
O1	Pertumbuhan wirausaha di Indonesia meningkat	0.125	4	0.5
O2	Dukungan pemerintah terhadap wirausaha muda	0.1208	3.3	0.3986
O3	Lingkungan masyarakat mendukung keberadaan usaha mahasiswa	0.1042	4	0.4168
O4	Dukungan institusi kampus terhadap proker HIPMI PT	0.0875	3.2	0.28
O5	Perkembangan teknologi <i>social media</i> mendukung mahasiswa dalam berbisnis	0.1167	3.5	0.4085
O6	Perkembangan teknologi Marketplace mendukung mahasiswa dalam berbisnis	0.1	3.3	0.33
	<b>Ancaman (Threats)</b>			
T1	Infrastruktur ICT yang dimiliki Universitas Telkom kurang mendukung	0.0667	3	0.2001
T2	Bentuk kerjasama dengan HIPMI pusat dalam hal bisnis masih kurang maksimal	0.125	2.7	0.3375
T3	Jangkauan pasar usaha anggota yang masih relatif sempit	0.1083	3.5	0.3791
T4	Dukungan dari lingkungan keluarga Mahasiswa yang masih kurang	0.0458	4	0.1832
	<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>3.4337</b>

Tabel 2 Analisis Matrix IFE

Kode	Faktor Internal			
	Kekuatan (Strength)	Bobot	Rating	Score
S1	Mentor dan Tim departemen yang berpengalaman sesuai porsinya masing-masing	0.0708	4	0.2832
S2	Birokrasi antar staff dan pimpinan lancar	0.0625	4	0.25
S3	Program kerja berjalan dengan baik	0.0833	3.3	0.2749
S4	Pengenalan HIPMI pada mahasiswa baru baik	0.0333	4	0.1332
S5	Network yang dimiliki HIPMI luas	0.1	3.5	0.35
S6	Memiliki kerjasama dengan pemerintah terkait program yang diadakan pemerintah.	0.0417	3	0.1251
	Kelemahan (Weakness)			
W1	Tidak ada laporan khusus guna memantau usaha anggota	0.0875	1	0.0875
W2	Tidak ada program khusus terkait pemasaran	0.0625	1.5	0.0938
W3	Belum adanya program khusus bantuan keuangan dan pengelolaan keuangan	0.0833	1.3	0.1083
W4	Tidak ada pengawasan khusus baik dalam alur produksi hingga distribusi anggota	0.0625	2	0.125
W5	Tidak ada program legalitas usaha	0.0833	2	0.1666
W6	Program pelatihan bisnis dirasa kurang efektif	0.1	1.7	0.17
W7	Kinerja staff dan anggota yang kurang efektif	0.0542	1.7	0.0921
W8	Terbatasnya dana organisasi dalam melaksanakan program kerja	0.075	1.3	0.0975
Total		1.00		2.3572

Dari hasil matrix di atas ditemukan bahwa HIPMI PT Universitas Telkom memiliki total score EFE 3.4337 yang menandakan bahwa HIPMI PT Universitas Telkom kuat secara eksternal, dan memiliki total score IFE 2.3572 yang menandakan bahwa HIPMI PT Universitas Telkom masih lemah secara internal. Dimana Total Score untuk masing-masing matrix EFE dan IFE tersebut memiliki nilai rata-rata 2.5, jika dibawah nilai 2.5 menandakan lemah terhadap faktor tersebut, dan jika diatas nilai 2.5 maka menandakan kuat terhadap faktor tersebut<sup>[6]</sup>. Kemudian dilakukan analisis IE untuk menentukan posisi perusahaan menggunakan hasil Total Score pada matrix EFE dan IFE.



Gambar 1 Analisis Matriks IE

Berdasarkan Matriks IE ditemukan bahwa HIPMI PT Universitas Telkom berada dalam kuadran II yang berarti strategi terbaik bagi perusahaan pada posisi ini adalah Grow and Build yang didalamnya meliputi Market Development dan Market Penetration<sup>[7]</sup>.

Selanjutnya peneliti melakukan analisis SWOT untuk menentukan alternatif strategi apa saja yang dapat digunakan oleh HIPMI PT Universitas Telkom. Dalam analisis SWOT ditemukan terdapat 11 alternatif strategi, namun

setelah dilakukan diskusi dengan ketua HIPMI PT Universitas Telkom, akhirnya disepakati 7 alternatif strategi utama yang dapat digunakan dalam HIPMI PT Universitas Telkom.

Ke-7 alternatif strategi yang telah disepakati sebelumnya kemudian dimasukkan kedalam analisis QSPM untuk menentukan strategi yang memiliki Total Attractiveness Score (TAS) yang paling tinggi sampai paling rendah untuk mengetahui strategi mana yang paling sesuai untuk dijalankan sesuai dengan faktor-faktor yang ada.

Tabel 3 Analisis QSPM

Faktor-Faktor Utama	Bobot	Strategi Alternatif													
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
O1	0.123	2	0.25	4	0.3	4	0.3	4	0.3	4	0.3	4	0.3	4	0.3
O2	0.1208	3	0.3624	3	0.3624	2	0.2416	4	0.4832	2	0.2416	2	0.2416	3	0.3624
O3	0.1042	4	0.4168	4	0.4168	2	0.2084	3	0.3126	2	0.2084	2	0.2084	2	0.2084
O4	0.0873	4	0.35	3	0.2625	2	0.175	4	0.35	4	0.35	2	0.175	3	0.2625
O5	0.1167	4	0.4668	4	0.4668	4	0.4668	3	0.3501	4	0.4668	4	0.4668	4	0.4668
O6	0.1	4	0.4	4	0.4	4	0.4	3	0.3	4	0.4	4	0.4	4	0.4
T1	0.0667	2	0.1334	4	0.2668	3	0.2001	4	0.2668	2	0.1334	3	0.2001	2	0.1334
T2	0.125	2	0.25	3	0.375	2	0.25	3	0.375	3	0.375	2	0.25	3	0.375
T3	0.1083	3	0.3249	4	0.4332	4	0.4332	3	0.3249	4	0.4332	4	0.4332	4	0.4332
T4	0.0458	4	0.1832	3	0.1374	2	0.0916	3	0.1374	2	0.0916	2	0.0916	4	0.1832
S1	0.0708	4	0.2832	4	0.2832	4	0.2832	3	0.2124	2	0.1416	4	0.2832	4	0.2832
S2	0.0625	4	0.25	3	0.1875	3	0.1875	3	0.1875	4	0.25	3	0.1875	3	0.1875
S3	0.0833	4	0.3332	4	0.3332	4	0.3332	3	0.2499	4	0.3332	4	0.3332	4	0.3332
S4	0.0333	4	0.1332	4	0.1332	4	0.1332	3	0.0999	4	0.1332	2	0.0666	4	0.1332
S5	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3	4	0.4	4	0.4	2	0.2	3	0.3
S6	0.0417	2	0.0834	2	0.0834	2	0.0834	4	0.1668	3	0.1251	2	0.0834	3	0.1251
W1	0.0875	2	0.175	3	0.2625	4	0.35	4	0.35	2	0.175	3	0.2625	3	0.2625
W2	0.0625	3	0.1875	4	0.25	4	0.25	3	0.1875	3	0.1875	4	0.25	2	0.125
W3	0.0833	2	0.1666	3	0.2499	2	0.1666	3	0.2499	2	0.1666	2	0.1666	3	0.2499
W4	0.0625	3	0.1875	3	0.1875	4	0.25	3	0.1875	2	0.125	2	0.125	2	0.125
W5	0.0833	2	0.1666	2	0.1666	2	0.1666	2	0.1666	2	0.1666	2	0.1666	2	0.1666
W6	0.1	3	0.3	4	0.4	3	0.3	2	0.2	2	0.2	3	0.3	3	0.3
W7	0.0342	4	0.2168	3	0.1626	3	0.1626	2	0.1084	3	0.1626	3	0.1626	3	0.1626
W8	0.075	2	0.15	3	0.225	2	0.15	2	0.15	4	0.3	2	0.15	2	0.15
Total			6.0705		6.8455		6.0830		6.3164		6.0664		5.7039		6.2287

Berdasarkan analisis QSPM diatas ditemukan bahwa strategi nomor 2 memiliki TAS paling tinggi sebesar 6.8455, strategi tersebut adalah Membuat program terkait pemanfaatan teknologi *Social Media* dan *Market Place*.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti membuat dan menarik kesimpulan guna menjawab pertanyaan penelitian yang telah diuraikan. Kesimpulan penelitian ini adalah:

1. Strategi yang baik digunakan untuk HIPMI PT Universitas Telkom dalam mencapai visi misinya seperti pada penjabaran bab sebelumnya dari Matriks IE dan Matriks QSPM adalah:

- A. Alternatif strategi berdasarkan IE matrix
  - a. Membuat program terkait pemanfaatan teknologi *Social Media* dan *Market Place*
  - b. Mengikuti program pemerintah dalam membangun usaha dan membangun kerjasama yang lebih baik dengan institusi
  - c. Melakukan kerjasama dengan masyarakat sekitar lingkungan kampus
  - d. Membuat Business Expo diluar lingkungan Universitas Telkom
  - e. Membuat program terkait pembelajaran pemasaran yang khusus
- B. Alternatif strategi berdasarkan QSPM matrix
  - a. Membuat program terkait pemanfaatan teknologi *Social Media* dan *Market Place*.
  - b. Mengikuti program pemerintah dalam membangun usaha dan membangun kerjasama yang lebih baik dengan institusi.
  - c. Membangun komunikasi dengan orangtua untuk mendukung anak berwirausaha.

- d. Melakukan pengawasan melalui Social Media dan Market Place untuk memantau progress dari usaha anggota.
  - e. Melakukan kerjasama dengan masyarakat sekitar lingkungan kampus.
  - f. Membuat Business Expo diluar lingkungan Universitas Telkom.
  - g. Membuat program terkait pembelajaran pemasaran yang khusus.
2. Beberapa program yang dapat dijalankan oleh HIPMI PT Universitas Telkom
- A. Program pemanfaatan *Social Media* dan *Market Place* dalam mengembangkan usaha
  - B. Program kerjasama dengan masyarakat lingkungan Universitas
  - C. Program khusus terkait edukasi pemasaran
  - D. Program Business Expo diluar lingkungan Universitas Telkom

**Daftar Pustaka :**

- [1][2][6][7]David, Fred R. (2011). *Strategic Management Concepts and Cases*. Pearson Education (13<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Pearson Education.
- [4]Satori, Djam'an dan Komariah, Aan (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [3][5]Sugiyono, (2008). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.