

## Pendekatan Ansoff Matrix Untuk Optimalisasi Pertumbuhan Bisnis (Studi Kasus Pada K - Project Cake Coffee Roastery)

Cut Ola

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar

\*Email Korespondensi: [xx@mail.com](mailto:xx@mail.com)

Diterima: 16-12-2024 | Disetujui: 17-12-2024 | Diterbitkan: 18-12-2024

### ABSTRACT

*This study aims to analyze and optimize the growth strategy of K-Project Cake Coffee Roastery which has experienced a declining trend in revenue from 2019 to 2023. Using the Ansoff Matrix approach, this study identified four main strategies, namely market penetration, market development, product development, and diversification. Primary data was obtained through in-depth interviews with business owners and management, as well as direct observation, while secondary data included financial reports and related literature. The results of the study indicate that market penetration and product development strategies are the main priorities for short-term implementation, with a focus on digital promotion and product innovation. Market expansion and diversification offer long-term growth potential but require more mature planning. This study provides practical recommendations to increase competitiveness and ensure business sustainability, including digital marketing optimization, trend-based product innovation, and service diversification. The Ansoff Matrix approach has proven effective in providing a strategic framework for sustainable growth*

*Keywords: Ansoff Matrix; Business Growth*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengoptimalkan strategi pertumbuhan K-Project Cake Coffee Roastery yang mengalami tren penurunan pendapatan sejak 2019 hingga 2023. Dengan menggunakan pendekatan Ansoff Matrix, penelitian ini mengidentifikasi empat strategi utama, yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan manajemen bisnis, serta observasi langsung, sedangkan data sekunder meliputi laporan keuangan dan literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk menjadi prioritas utama untuk implementasi jangka pendek, dengan fokus pada promosi digital dan inovasi produk. Ekspansi pasar dan diversifikasi menawarkan potensi pertumbuhan jangka panjang namun membutuhkan perencanaan yang lebih matang. Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan daya saing dan memastikan keberlanjutan bisnis, termasuk optimalisasi pemasaran digital, inovasi produk berbasis tren, dan diversifikasi layanan. Pendekatan Ansoff Matrix terbukti efektif dalam memberikan kerangka kerja strategis untuk pertumbuhan yang berkelanjutan

Katakunci: Ansoff Matrix; Perumbuhan Bisnis

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Ola, C. (2024). Pendekatan Ansoff Matrix Untuk Optimalisasi Pertumbuhan Bisnis (Studi Kasus Pada K - Project Cake Coffee Roastery). *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1b), 1949-1954. <https://doi.org/10.62710/q3rfbv45>

## PENDAHULUAN

Strategi manajemen adalah fondasi penting bagi kelangsungan dan pertumbuhan bisnis. Dengan memahami kondisi internal internal dan eksternal dan kondisi,, bisnis dapat mengembangkan strategi yang relevan untuk menghadapi volatilitas pasar .Bisnis dapat mengembangkan strategi yang relevan untuk menghadapi volatilitas pasar . K-Project Cake Coffee Roastery, usaha kuliner yang menyediakan penawaran kopi dan produk kopi kopi dengan kualitas terbaik kualitas terbaik Dan Aceh Barat , mengalami penurunan penjualan sejak tahun 2019 hingga tahun 2023 .produk kopi di Aceh Barat, mengalami penurunan penjualan sejak tahun 2019 hingga tahun 2023 . Untuk mengatasi tantangan ini, pendekatan Ansoff Matrix digunakan sebagai kerangka kerja strategi guna mengidentifikasi dan menerapkan strategi pertumbuhan yang tepat.

K-Project Cake Coffee Roastery berlokasi bertempat di Jl.Nasional No.72 di Rundeng, Johan Pahlawan, Aceh Barat .Nasional No.72 di Rundeng, Johan Pahlawan, Aceh Barat . bisnis sudah diketahui ini karena kualitasnya yang tinggi kopi dan kue buatan tangan kopi dan kue buatan tangan . berkualitas tinggi. Namun, sejak 2019, bisnis ini mengalami pertumbuhan yang signifikan , dengan proyeksi 10 % pada tahun 2020 , 5,6 % pada tahun 2021 , 10,6 % pada tahun 2022 , dan 11,8 % pada tahun 2023. Perkembangan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor , termasuk peningkatan penjualan, pergeseran preferensi konsumen , dan strategi pemasaran digital yang kurang optimal .Selain menyediakan gaya hidup sehat , bisnis ini juga mendukung petani kopi lokal dan mempromosikan budaya Aceh. bisnis mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan proyeksi 10 % pada tahun 2020 , 5,6%Tahun 2021, 10,6%2022, dan 11,8% pada tahun 2023. Perkembangannya dipengaruhi oleh berbagai faktor , antara lain peningkatan penjualan, perubahan preferensi konsumen , dan strategi pemasaran digital yang kurang optimal.

Ansoff Matriks mewakili strategi pertumbuhan bisnis utama berikut:

1. **Penetrasi Pasar** Strategi saat ini berfokus padaberfokus pada meningkat pangsa pasar di segmen yang ada .pangsa pasar di segmen yang ada. Untuk K-Project Cake Coffee Roastery, tugas yang dapat diselesaikan diselesaikan termasuk:
  - Promosi digital meningkatkan meningkatkan aktivitas di platform media sosial seperti Instagram dan lainnya untuk menarik lebih banyak pelanggan lokal .aktivitas di platform media sosial seperti Instagram dan lainnya untuk menarik lebih banyak pelanggan local.
  - Program Loyalitas : Memberikan diskon , poin , atau hadiah kepada setiap pelanggan untuk meningkatkan frekuensi pembelian.
  - Pengalaman Pelanggan : Tingkatkan layanan dan menciptakan sesuatu yang lebih menarik kafe yang lingkungan kafe untuk menarik lebih banyak pelanggan.
2. **pengembangan pasar** Strategi pengembanga strategi ini mendorong ekspansi ke pasar lain dengan produk serupa. K-Project Cake Coffee Roastery
  - Ekspansi Geografis: Membuat cabang baru di kota-kota besar seperti Medan atau Banda Aceh.
  - Penjualan daring : Menggunakan platform e-dagang platform untuk menjual kemasan dan kue ke pasar yang lebih jauh. untuk menjual kemasan dan kue ke pasar yang lebih jauh.
  - Kolaborasi : Menjalin kemitraan dengan kedai kopi atau restoran lain untuk menjual produk mereka. dengan kedai kopi atau restoran lain untuk menjual produk mereka .
3. **Pengembangan produk strategi** ini mendorong inovasi produk baru untuk pasar yang ada. Beberapa Contoh yang dapat digunakan adalah :

-----  
*Pendekatan Ansoff Matrix Untuk Optimalisasi Pertumbuhan Bisnis  
(Studi Kasus Pada K - Project Cake Coffee Roastery)*

(Cut Ola)

- menawarkan varietas baru varietas , seperti kopi eskopi (kopi atau minuman sehat yang dibuat dengan bahan - bahan lokal .dingin) atau minuman sehat yang dibuat dengan bahan-bahan local.
  - memanfaatkan momen saat ini untuk menyediakan produk musiman , seperti musiman kue seperti kue khas hari raya.
  - Produk dipasarkan dengan cara yang menarik untuk meningkatkan minat konsumen.
4. **Diversifikasi** strategi mendorong ini perkembangan bahasa Inggris produk baru untuk pasar. berbahaya , situasi ini menawarkan potensi pertumbuhan yang signifikan, seperti:
- menjual perlengkapan kopi ( penggiling, mesin kopi ) untuk meningkatkan kepuasan konsumen di rumah .
  - menawarkan layanan pelatihan barista sebagai sarana diversifikasi penawaran
  - membangun lini makanan ringan yang mencakup banyak kopi .

### Strategi Optimasi

Optimalisasi Pertumbuhan Bisnis K-Project Cake Coffe Roastery memerlukan kombinasi strategi yang dirancang secara bertahap:

#### 1. Fokus pada penetrasi pasar:

- Melakukan promosi berbasis digital secara intensif untuk menjangkau lebih banyak pelanggan lokal.
- Mengintegrasikan program loyalitas pelanggan untuk memperkuat hubungan dengan konsumen yang sudah ada.

#### 2. Ekspansi geografis dan digital:

- Membuka cabang baru di wilayah strategis
- Mengembangkan toko online untuk menjual produk kopi dan kue ke pasar yang lebih luas

#### 3. Inovasi produk:

- Meluncurkan produk baru yang sesuai tren pasar, seperti kopi spesialti berbasis bahan lokal.
- Menawarkan paket bundling kopi dan kue untuk meningkatkan nilai pembelian

#### 4. Diversifikasi produk:

- Menyediakan snack dan minuman lain sebagai penengkap menu.
- Menjalankan program pelatihan barista untuk menambah aliran pendapatan.
- 

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan Ansoff Matrix mampu memberikan kerangka yang jelas untuk mengidentifikasi peluang pertumbuhan bisnis K-Project Cake Coffee Roastery. Strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk terbukti lebih mudah diimplementasikan dalam jangka pendek, sementara ekspansi pasar dan diversifikasi memberikan peluang jangka panjang dengan risiko lebih tinggi. Keberhasilan implementasi bergantung pada pemanfaatan pemasaran digital dan inovasi produk yang relevan dengan preferensi konsumen.

## KESIMPULAN

Melalui pendekatan Ansoff Matrix, K-Project Cake Coffee Roastery mengatasi tantangan bisnis dengan strategi yang terarah. Penetrasi pasar dan pengembangan produk menjadi prioritas awal untuk memperbaiki pendapatan. Setelah itu, ekspansi geografis dan digital, serta diversifikasi produk, dapat dilakukan untuk memastikan pertumbuhan jangka panjang.

## REKOMENDASI

1. Meningkatkan aktivitas pemasaran digital untuk menjangkau konsumen local dan nasional.
2. Mengembangkan produk inovatif yang sesuai dengan tren pasar.
3. Memanfaatkan peluang ekspansi geografis melalui cabang baru atau kemitraan.
4. Melakukan diversifikasi produk secara bertahap setelah operasi inti stabil.
5. Memantau dan mengevaluasi implementasi strategi secara berkala untuk memastikan efektivitas dan efisiensi.

Dengan penerapan strategi yang tepat, bisnis ini memiliki peluang besar untuk meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan menjadi pelopor dalam industri kuliner lokal Aceh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Kausar, Bakri, S. W., Sudirman, Fajriansyah, & Agusta, R. (2022). Dampak Penerapan Manajemen Strategi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 5(1), 20– 32. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v5i1.45>
- Ansoff, H. I. (1957). Strategies for Diversification. *Harvard Business Review*, 35(5), 113–124.
- Durjga, V. (2019). What Is The Ansoff Matrix? *Journal Mindtools*.
- Fadilah, N., & Kurniasih, N. (2024). Analisis Penerapan Manajemen Strategik. *Jurnal Manajemen Strategis*, 1(2), 59.
- Hussain, Sajjad, et al. (2014). Interactive Effects of Ansoff Growth Strategies and Market. *British Journal of Business and Management Research*, 1(2), 68–78.
- Kukartsev, V. V., Fedorova, N. V., Tynchenko, V. S., Danilchenko, Y. V., Ereemeev, D. V., & Boyko, A. A. (2019). The analysis of methods for developing the marketing strategies in agribusiness. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 315(2). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/315/2/022107>
- Loredana, E. M. (2016). The Use of Ansoff Matrix in the Field of Business. *MATEC Web of Conferences*, 44, 01006.
- Narayan, S. (2013). Mobile Payments : Comparison of Mobile Wallet Concepts. *KTH Information And Communication Technology*. <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:kth:diva-143539>
- Pahlevi, C., & Musa, M. I. (2023). Manajemen Strategi. In Penerbit Intelektual Karya Nusantara.
- Rachmat, H. (2019). Industri kopi di Indonesia: Prospek dan tantangannya. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 27(3), 101–112.
- Setiawan, A. (2021). Tren kopi spesialti di Indonesia: Peluang dan tantangan di era modern. *Jurnal Industri Kreatif*, 15(2), 45–60.
- Solling Hamid, R., Manaf, P. A., & Choliq Hidayat, A. (2023). MANAJEMEN STRATEGIS (Konsep dan Aplikasi dalam Bisnis). In Sonpedia (Issue December).

-----  
*Pendekatan Ansoff Matrix Untuk Optimalisasi Pertumbuhan Bisnis  
(Studi Kasus Pada K - Project Cake Coffee Roastery)*

(Cut Ola)

- <https://www.researchgate.net/publication/376857441> Umar, H. (2020). Manajemen Strategik (Konsep dan Analisis). Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 5(1), 100.
- Wijayanto, M. T. (2020). JMK ( Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan ) Analisis Penerapan Manajemen Strategik dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Usaha. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan), 5(3), 173–182.
- Yanuarti, P. I., Pujiarti, N. N., & Sari, R. P. (2023). Pengaruh manajemen strategi bagi perusahaan Indonesia. Prosiding Seminar Nasional Hukum ..., 47.  
<http://ojs.uib.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/2765%0Ahttp://ojs.uib.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/download/2765/2039>