



DOI: <https://doi.org/10.38035/jkmt.v4i1>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Strategi Keunggulan Bersaing pada PT XYZ Melalui Analisis SPACE

Wianda Novaluna<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia. [lunawianda@gmail.com](mailto:lunawianda@gmail.com)

Corresponding Author: [lunawianda@gmail.com](mailto:lunawianda@gmail.com)

**Abstract:** *This study aims to analyze the competitive advantage strategy at PT XYZ using the Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) matrix. This method examines four primary dimensions, namely Financial Strength (FS), Competitive Advantage (CA), Industry Strength (IS), and Environmental Stability (ES), to determine the company's strategic position. This research employs a quantitative approach by processing internal and external company data, which are then mapped into the SPACE matrix. The results of the analysis indicate that PT XYZ is positioned in the aggressive quadrant, signifying that the company possesses solid financial strength and operates within a high-opportunity industry. Therefore, the recommended strategies include market expansion, product innovation, service quality improvement, and the utilization of digital technology to enhance competitiveness. The implementation of these strategies is expected to drive sales growth and maintain the company's position amidst the increasingly competitive coffee industry.*

**Keywords:** *Competitive advantage strategy, SPACE analysis, PT XYZ, Aggressive strategy.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi keunggulan bersaing pada PT XYZ dengan menggunakan metode *Strategic Position and Action Evaluation (SPACE)*. Metode ini mengkaji empat dimensi utama, yaitu *Financial Strength (FS)*, *Competitive Advantage (CA)*, *Industry Strength (IS)*, dan *Environmental Stability (ES)*, guna menentukan posisi strategis perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengolah data internal dan eksternal perusahaan yang kemudian dipetakan ke dalam matriks SPACE. Hasil analisis menunjukkan bahwa PT XYZ berada pada kuadran agresif, yang menandakan perusahaan memiliki kekuatan finansial yang baik serta peluang industri yang tinggi. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan meliputi ekspansi pasar, inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperkuat daya saing. Implementasi strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan pertumbuhan penjualan dan mempertahankan posisi perusahaan di tengah persaingan industri kopi yang semakin kompetitif.

**Kata kunci:** Strategi keunggulan bersaing, Analisis SPACE, PT XYZ, Strategi Agresif.

## PENDAHULUAN

Pekembangan industri kopi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, seiring dengan meningkatnya gaya hidup konsumtif dan tren minum kopi di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. Fenomena ini mendorong munculnya berbagai merek kopi modern yang bersaing dalam menawarkan produk, harga, kualitas, serta pengalaman konsumen. PT XYZ sebagai salah satu pelaku dalam industri ini dituntut untuk memiliki strategi yang tepat guna mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing di tengah kompetisi yang semakin ketat.

Persaingan yang dinamis menuntut perusahaan untuk mampu mengidentifikasi posisi strategisnya secara tepat. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah *Strategic Position and Action Evaluation* (SPACE), yang mengukur kekuatan dan kelemahan perusahaan melalui empat dimensi utama, yaitu *Financial Strength* (FS), *Competitive Advantage* (CA), *Industry Strength* (IS), dan *Environmental Stability* (ES). Melalui analisis ini, Perusahaan dapat mengetahui posisi strategisnya serta menentukan langkah yang paling sesuai untuk mencapai keunggulan bersaing. Penelitian ini bertujuan:

1. Menganalisis lingkungan internal dan eksternal
2. Menganalisis EFAS dan IFAS
3. Menganalisis matriks SPACE
4. Implementasi strategi berdasarkan analisis SPACE

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis posisi strategis PT XYZ berdasarkan data yang terukur. Metode yang digunakan adalah analisis SPACE dengan mengkaji empat dimensi utama, yaitu *Financial Strength* (FS), *Competitive Advantage* (CA), *Industry Strength* (IS), dan *Environmental Stability* (ES). Data diperoleh melalui studi literatur dan data sekunder, kemudian dianalisis dengan pemberian bobot dan rating terhadap faktor internal dan eksternal sebagai dasar dalam penentuan posisi pada matriks SPACE.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Menganalisis lingkungan internal dan eksternal

#### Analisis Faktor Internal

##### Kekuatan

- 1) Brand awareness kuat dikalangan generasi muda menunjukkan bahwa PT XYZ memiliki citra merek yang mudah dikenal dan diingat oleh target pasar. Hal ini didukung oleh strategi pemasaran digital yang efektif, sehingga mampu menarik minat konsumen serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, kondisi ini menjadi keunggulan bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan di industri kopi.
- 2) Inovasi produk mengikuti tren menunjukkan bahwa PT XYZ mampu menyesuaikan menu dengan preferensi konsumen yang terus berubah, khususnya generasi muda. Hal ini membuat produk tetap relevan di pasar, meningkatkan daya tarik, serta membantu perusahaan dalam mempertahankan dan menarik pelanggan di tengah persaingan industri kopi.
- 3) Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran menunjukkan bahwa PT XYZ mampu memaksimalkan penggunaan media social dan platform online untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Hal ini meningkatkan efektivitas promosi, memperkuat brand awareness, serta memudahkan interaksi dengan pelanggan.
- 4) Kualitas produk yang konsisten menunjukkan bahwa PT XYZ mampu menjaga standar rasa dan mutu di setiap produk yang ditawarkan. Hal ini meningkatkan

kepercayaan pelanggan serta mendorong loyalitas, sehingga menjadi keunggulan dalam mempertahankan posisi di tengah persaingan industri kopi.

### **Kelemahan**

- 1) Harga relatif lebih tinggi dibanding pesaing menunjukkan PT XYZ menghadapi tantangan dalam menarik konsumen yang sensitif terhadap harga. Kondisi ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga perusahaan perlu menyeimbangkan harga dengan kualitas dan nilai yang di tawarkan.
- 2) Ketergantungan pada tren konsumen menunjukkan PT XYZ Indonesia sangat dipengaruhi oleh perubahan selera pasar yang cepat. Kondisi ini berisiko jika tren berubah, sehingga perusahaan perlu terus berinovasi agar tetap relevan dan tidak kehilangan minat pelanggan.
- 3) Biaya operasional tinggi menunjukkan PT XYZ memiliki beban pengeluaran yang cukup besar dalam menjalankan usahanya, seperti biaya bahan baku, tenaga kerja, dan operasional outlet. Kondisi ini dapat menekan keuntungan, sehingga perusahaan perlu melakukan efisiensi agar tetap kompetitif.
- 4) Konsistensi kualitas antar outlet menunjukkan bahwa PT XYZ menghadapi tantangan dalam menjaga standar rasa dan pelayanan yang sama di setiap cabang. Ketidakkonsistenan ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga perlu adanya pengawasan dan standarisasi yang lebih ketat.

Sebagai dasar analisis SPACE, dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Peluang utama perusahaan terletak pada meningkatnya tren konsumsi kopi, perkembangan digital marketing, serta perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif terhadap produk kopi. Hal ini memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Namun demikian, perusahaan juga menghadapi ancaman seperti meningkatnya jumlah kompetitor, fluktuasi harga bahan baku, serta perubahan selera konsumen yang cepat. Oleh karena itu, perusahaan perlu memanfaatkan peluang yang ada secara optimal serta mengantisipasi berbagai ancaman yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

### **Analisis faktor eksternal**

#### **Peluang**

- 1) Tren konsumsi kopi terus meningkat menunjukkan adanya peluang pasar yang besar bagi PT XYZ untuk meningkatkan penjualan. Hal ini didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadikan kopi sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari.
- 2) Perkembangan digital marketing dan delivery platform menunjukkan adanya peluang bagi PT XYZ untuk menjangkau konsumen secara luas dan meningkatkan kemudahan akses pembelian. Hal ini dapat mendukung peningkatan penjualan serta memperkuat daya saing perusahaan.
- 3) Gaya hidup masyarakat yang konsumtif terhadap kopi menunjukkan bahwa kopi telah menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari, khususnya di kalangan generasi muda. Kondisi ini memberikan peluang bagi PT XYZ untuk meningkatkan permintaan dan memperluas pasar.
- 4) Peluang ekspansi pasar di berbagai daerah menunjukkan bahwa PT XYZ memiliki kesempatan untuk memperluas jangkauan bisnis dengan membuka outlet di lokasi baru. Hal ini dapat meningkatkan penjualan serta memperkuat serta memperkuat posisi perusahaan di pasar.

**Ancaman**

- 1) Munculnya banyak kompetitor baru menunjukkan meningkatkan tingkat persaingan dalam industri kopi. Kondisi ini dapat mengurangi pansa psar PT XYZ, sehingga perusahaan perlu meningkatkan diferensiasi produk dan kualitas layanan untuk tetap bersaing.
- 2) Fluktuasi harga bahan baku menunjukkan adanya ketidakstabilan biaya produksi yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan. Kondisi ini menuntut PT XYZ untuk mengelola biaya secara efisien agar tetap menjaga stabilitas harga dan daya saing.
- 3) Perubahan selera konsumen yang cepat menunjukkan bahwa preferensi pelnaggan mudah berubah mengikuti tren. Kondisi ini menuntut PT XYZ untuk terus berinovasi agar tetap relevan dan mampu mempertahankan minat konsumen.
- 4) Kondisi ekonomi yang tidak stabil menunjukkan adanya ketidakpastian yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen. Hal ini berpotensi menurunkan permintaan, sehingga PT XYZ perlu menyesuaikan strategi agar tetap bertahan dan kompetitif.

**2. Menganalisis EFAS dan IFAS**

**Tabel 1. IFAS PT XYZ**

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan (Strength)</b>				
1.	Brand awareness kuat dikalangan generasi muda	0,15	4	0,60
2.	Inovasi produk mengikuti tren	0,14	4	0,56
3.	Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran	0,13	3	0,39
4.	Kualitas produk yang konsisten	0,12	3	0,36
<b>Subtotal</b>		<b>0,54</b>		<b>1,91</b>
<b>Kelemahan (weakness)</b>				
1.	Harga relative lebih tinggi dibanding pesaing	0,12	2	0,24
2.	Ketergantungan pada tren konsumen	0,11	2	0,22
3.	Biaya operasional tinggi	0,11	2	0,22

4.	Konsistensi kualitas antar outlet	0,12	3	0,24
<b>Subtotal</b>		<b>0,46</b>		<b>0,92</b>
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>2,38</b>

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel IFAS, diperoleh bahwa total skor kekuatan (strength) sebesar 1,91 lebih besar dibandingkan dengan total skor kelemahan (weakness) sebesar 0,92. Hal ini menunjukkan bahwa secara internal PT XYZ memiliki kondisi yang cukup kuat dalam menghadapi persaingan. Kekuatan utama perusahaan terletak pada brand awareness yang tinggi, inovasi produk yang mengikuti tren, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran.

Namun demikian, perusahaan juga masih memiliki beberapa kelemahan, seperti harga produk yang relative tinggi dibandingkan pesaing, ketergantungan terhadap tren konsumen, serta biaya operasional yang cukup tinggi. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki sekaligus meminimalkan kelemahan agar dapat meningkatkan daya saing di industri kopi.

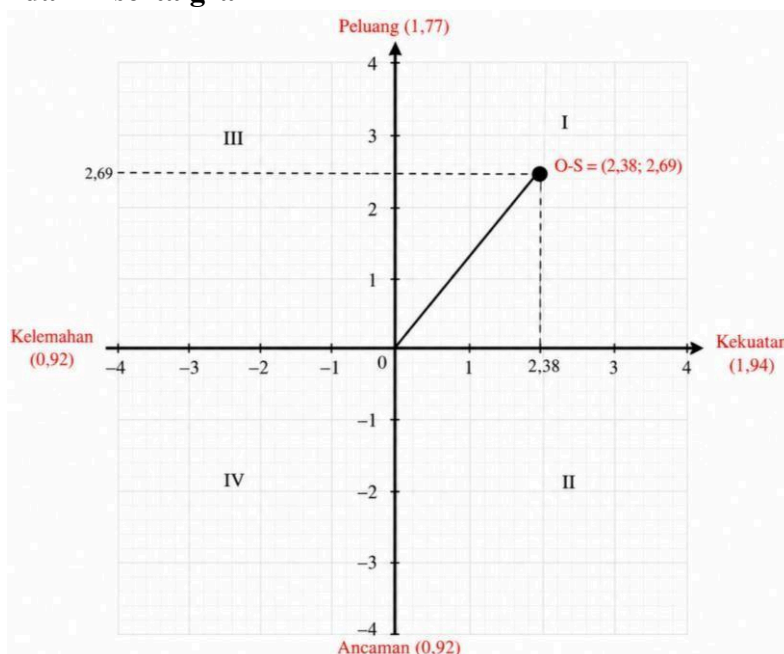
**Tabel 2. EFAS PT XYZ**

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang (Opportunities)</b>				
1.	Tren konsumsi kopi terus meningkat	0,15	4	0,60
2.	Perkembangan digital marketing dan delivery platform	0,14	3	0,42
3.	Gaya hidup masyarakat yang konsumtif terhadap kopi	0,13	3	0,39
4.	Peluang ekspansi pasar di berbagai daerah	0,12	3	0,36
<b>Subtotal</b>		<b>0,54</b>		<b>1,77</b>
<b>Ancaman (Threats)</b>				

1.	Munculnya banyak kompetitor baru	0,12	2	0,24
2.	Fluktuasi harga bahan baku	0,11	2	0,22
3.	Perubahan selera konsumen yang cepat	0,11	2	0,22
4.	Kondisi ekonomi yang tidak stabil	0,12	2	0,24
<b>Subtotal</b>		<b>0,46</b>		<b>0,92</b>
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>2,69</b>

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel EFAS, diperoleh bahwa total skor peluang (opportunities) sebesar 1,77 lebih besar dibandingkan dengan total skor ancaman (threats) sebesar 0,92. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan eksternal memberikan peluang lebih besar dibandingkan ancaman bagi PT XYZ.

**3. Menganalisis matriks SPACE  
Proses sumbu X dan Y serta grafik**



Analisis strategi merupakan langkah penting dalam menentukan posisi perusahaan di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah analisis *Strategic Position and Action Evaluation* (SPACE) yang berfungsi untuk mengidentifikasi posisi strategis perusahaan berdasarkan faktor internal dan eksternal

Persaingan pasar lokal dalam industri kopi di Indonesia menunjukkan intensitas yang tinggi. Banyaknya pelaku usaha coffee shop baik skala kecil maupun besar menyebabkan perusahaan harus mampu bersaing tidak hanya dari segi harga, tetapi juga kualitas produk, inovasi, serta pengalaman pelanggan.

PT XYZ menghadapi kondisi di mana konsumen semakin selektif dalam memilih produk. Faktor seperti brand image, inovasi menu, serta kemudahan akses melalui platform digital menjadi penentu utama dalam menarik minat konsumen (Irawan & Ali, 2024). Selain itu, banyaknya kompetitor baru dengan strategi harga yang lebih kompetitif juga menjadi ancaman bagi perusahaan. Oleh karena itu, PPT XYZ harus mampu mengembangkan strategi yang tidak hanya berfokus pada harga, tetapi juga pada diferensiasi produk dan kualitas layanan.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan analisis lebih lanjut terhadap faktor internal dan eksternal perusahaan. Oleh karena itu, digunakan analisis IFAS dan EFAS untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai dasar dalam penentuan posisi menggunakan metode SPACE.

#### **4. Implementasi Strategi**

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *Strategic Position and Action Evaluation* (SPACE), diperoleh bahwa PT XYZ berada dalam kuadran agresif. Posisi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang tinggi serta didukung oleh peluang eksternal yang besar, sehingga berada dalam kondisi yang menguntungkan untuk melakukan pengembangan usaha secara lebih luas.

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi agresif (*growth oriented strategy*), yaitu strategi yang berfokus pada pemanfaatan kekuatan perusahaan menangkap peluang pasar secara optimal. Dalam hal ini, PT XYZ dapat mengembangkan beberapa strategi keunggulan bersaing, antara lain:

1. Melakukan ekspansi pasar dengan membuka outlet baru di lokasi strategis serta memperluas jangkauan pemasaran melalui platform digital. Hal ini penting mengingatkan tren konsumsi kopi yang terus meningkat dan peluang pasar yang masih terbuka luas.
2. Meningkatkan inovasi produk dengan mengikuti tren konsumen, seperti pengembangan menu baru yang unik dan sesuai dengan preferensi generasi muda. Inovasi ini menjadi salah satu faktor utama dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.
3. Memperkuat strategi pemasaran digital, seperti pemanfaatan media social, aplikasi pemesanan online, serta promosi berbasis digital untuk meningkatkan brand awareness dan loyalitas pelanggan.
4. Meningkatkan customer experience melalui pelayanan yang lebih baik, kualitas produk yang konsisten, serta suasana outlet yang nyaman. Hal ini penting untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat.

Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, PT XYZ diharapkan mampu memanfaatkan posisi strategisnya secara optimal serta meningkatkan keunggulan bersaing di industri kopi yang semakin kompetitif. Strategi agresif ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa perusahaan yang berada pada kuadran agresif harus memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal secara maksimal (Rosadi dkk., 2024).

## KESIMPULAN

### 1. Analisis lingkungan internal dan eksternal

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal, PT XYZ memiliki kekuatan utama berupa brand awareness yang kuat, inovasi produk yang mengikuti tren, pemanfaatan teknologi digital, serta kualitas produk yang konsisten. Di sisi lain, perusahaan juga memiliki kelemahan seperti harga produk yang relative tinggi, biaya operasional yang besar, dan ketergantungan pada tren konsumen. Dari faktor eksternal, peluang terbesar berasal dari meningkatnya tren konsumsi kopi, perkembangan digital marketing, dan peluang ekspansi pasar. Namun, perusahaan tetap menghadapi ancaman berupa persaingan yang semakin ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan selera konsumen yang cepat.

### 2. Analisis EFAS dan IFAS

Hasil analisis IFAS menunjukkan bahwa total skor kekuatan lebih besar dibandingkan kelemahan, sehingga kondisi internal PT XYZ tergolong cukup kuat dalam menghadapi persaingan industri kopi. Sementara itu, hasil analisis EFAS menunjukkan bahwa peluang eksternal lebih dominan dibandingkan ancaman yang ada. Kondisi ini membuktikan bahwa PT XYZ memiliki kemampuan untuk memanfaatkan peluang pasar dengan baik sekaligus mempertahankan daya saing perusahaan.

### 3. Analisis matriks SPACE

Berdasarkan hasil analisis matriks SPACE, PT XYZ berada pada kuadran agresif. Posisi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan internal yang tinggi serta didukung oleh peluang eksternal yang besar. Dengan posisi tersebut, perusahaan dinilai memiliki kondisi yang menguntungkan untuk melakukan pengembangan usaha, memperluas pasar, serta meningkatkan keunggulan bersaing di tengah persaingan industri kopi yang semakin kompetitif.

### 4. Implementasi strategi berdasarkan analisis SPACE

Strategi yang tepat bagi PT XYZ Adalah strategi agresif (growth oriented strategy). Strategi ini dapat dilakukan melalui ekspansi pasar, peningkatan inovasi produk, penguatan pemasaran digital, dan peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Dengan menerapkan strategi tersebut, PT XYZ diharapkan mampu memanfaatkan peluang pasar secara optimal, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta mempertahankan posisi perusahaan dalam industri kopi yang terus berkembang.

## REFERENSI

- Dewi Puspaningtyas, F., et al. (2023). Strategi peningkatan daya saing melalui analisis lingkungan eksternal. *Jurnal Optimal*. <https://doi.org/10.55606/optimal.v4i1.2567>
- E., & Ali, H. (2019). Analisis strategi bisnis menggunakan pendekatan SWOT dan SPACE. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Hidayatuloh, S., & Ali, H. (2025). Pengaruh digitalisasi terhadap strategi pemasaran bisnis modern. *Jurnal Kajian Manajemen Terapan*. <https://siberpublisher.org/index.php/JKMT/article/view/154>
- Irawan, A., & Ali, H. (2024). Analisis faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam pembelian produk berbasis digital. *Jurnal Manajemen*. <https://siberpublisher.org/index.php/JKMT/article/view/154>

- Mashuri, & Nurjannah. (2020). Analisis kekuatan dan kelemahan dalam strategi bisnis menggunakan pendekatan SWOT. *Jurnal Perbankan Syariah*. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Rosadi, D., et al. (2024). Strategi pertumbuhan bisnis dalam meningkatkan daya saing perusahaan. *Jurnal Ekonomis*. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1633>
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education. <https://books.google.com/>
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. <https://scholar.google.com/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education. <https://scholar.google.com/>
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2008/01/the-five-competitive-forces-that-shape-strategy>
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy*. Pearson. <https://scholar.google.com/>
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*. Cengage Learning. <https://scholar.google.com/>
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2013). *Strategic Management: Planning for* <https://scholar.google.com/>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. <https://scholar.google.com/>