

**STRATEGI ALTERNATIF LUNPIA MATARAM DALAM MENGHADAPI  
PERSAINGAN DI KOTA SEMARANG DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**Nama : Stevalia Nugraheni**

**Nim : 11.30.0167**

**Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang  
2015**

Skripsi dengan judul:

**“STRATEGI ALTERNATIF LOENPIA MATARAM DALAM MENGHADAPI  
PERSAINGAN BISNIS DI KOTA SEMARANG DENGAN MENGGUNAKAN  
ANALISIS SWOT”.**

Disusun oleh:

Nama : Stevalia Nugraheni

Nim : 11.30.0167

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing,

Semarang, Maret 2016

Pembimbing,

A. Eva Maria Sukei, SE., MM

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“STRATEGI ALTERNATIF LOENPIA MATARAM DALAM MENGHADAPI  
PERSAINGAN BISNIS DI KOTA SEMARANG DENGAN MENGGUNAKAN  
ANALISIS SWOT”.**

benar-benar merupakan karya milik saya. Saya tidak mengutip sebagian ataupun keseluruhan dari penelitian yang lain. Apabila saya melakukan hal tersebut, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dapat dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, Maret 2016

Yang menyatakan,

Stevalia Nugraheni

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencari strategi *alternative* yang akan digunakan oleh Loenpia Mataram agar bisnis ini dapat bersaing secara kompetitif dengan pesaing lainnya. Untuk mengetahui bagaimana mencari strategi *alternative* dengan cara melakukan analisis SWOT yang terdiri dari *Strenghts* , *Weakness*, *Opportunity*, *Threats*.

Sampel pada penelitian ini adalah pemilik dan manajemen dari Loenpia Mataram, karyawan Loenpia Mataram, serta konsumen yang mengunjungi Loenpia Mataram. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* yang berarti pengambilan sampel mempunyai *criteria* yang ditentukan. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengumpulkan data penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan metode kualitatif dan deskriptif.

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan strategi *alternative* apa yang dapat digunakan oleh Loenpia Mataram, 1) Berkolaborasi dengan event-event bisnis lain ( misalnya ; hotel, restaurant) untuk mengadakan demo masak. 2) Mengadakan promosi melalui media massa. 3) Membuka cabang baru di beberapa titik lokasi wilayah kota Semarang yang cukup strategis. 4) Menambah varian menu baru pada Loenpia Mataram. 5) Menjual oleh-oleh khas Semarang. 6) Merekonstruksi logo Loenpia Mataram dengan spesifikasi tertentu. 7) Memberikan bonus terhadap jumlah pembelian tertentu.8) Menambah mitra penjual.

Kata Kunci : Strategi *alternative* , analisis SWOT, Loenpia Mataram.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Bismillahirrahmanirrahim, syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“STRATEGI ALTERNATIF LOENPIA MATARAM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI KOTA SEMARANG DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT”**.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit hambatan yang dialami oleh penulis, oleh sebab itu dukungan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan. Maka pada kesempatan ini juga penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Allah SWT
2. Ibu Eva Maria Sukesu,SE,.MM yang telah meluangkan waktunya dengan sabar dan penuh kasih sayang serta perhatian penuh dalam memberi ilmu yang sangat banyak dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dra. B. Irmawati, Msi dan Bapak Drs. Y Sugiharto, MM yang telah menguji dan membimbing skripsi ini dengan baik dan penuh kasih sayang sehingga peneliti dapat menyelesaikan karyanya dengan baik.
4. Bapak R. Nyarso Hary Henkky Widjajanto, ayah saya tercinta.
5. Ibu Nunuk Wasiati Rahayu, ibu saya tercinta.
6. Steven Wisnu Cahya Putra, adik saya tercinta.

7. Kepada pihak Loenpia Mataram dan konsumen, yang telah sangat membantu dalam proses pengambilan data.
8. Teman – teman seperjuangan penulis yang telah menyempatkan waktunya untuk bertukar pikiran mengenai topik yang ada.
9. Sahabat-sahabat yang selalu menghibur penulis dikala kesusahan dalam menyelesaikan skripsi ini, DOAS semoga cepat menyusul, Ariska Setya Restiani, SE, Khumayroh Rachmawati Buana, S.Ked, Ivo Azhari, S.Ikom, Emmy Tyasari, Fredo Valentino, Tommy R Sitompul, SE, Mufti Hidayat, S.Kom.MM , Ifana Latisha Tampubolon, SKM, Antonius Budi Haryono, SE.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna untuk peneliti, pihak Loenpia Mataram, dan pembaca sekalian.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, Maret 2016

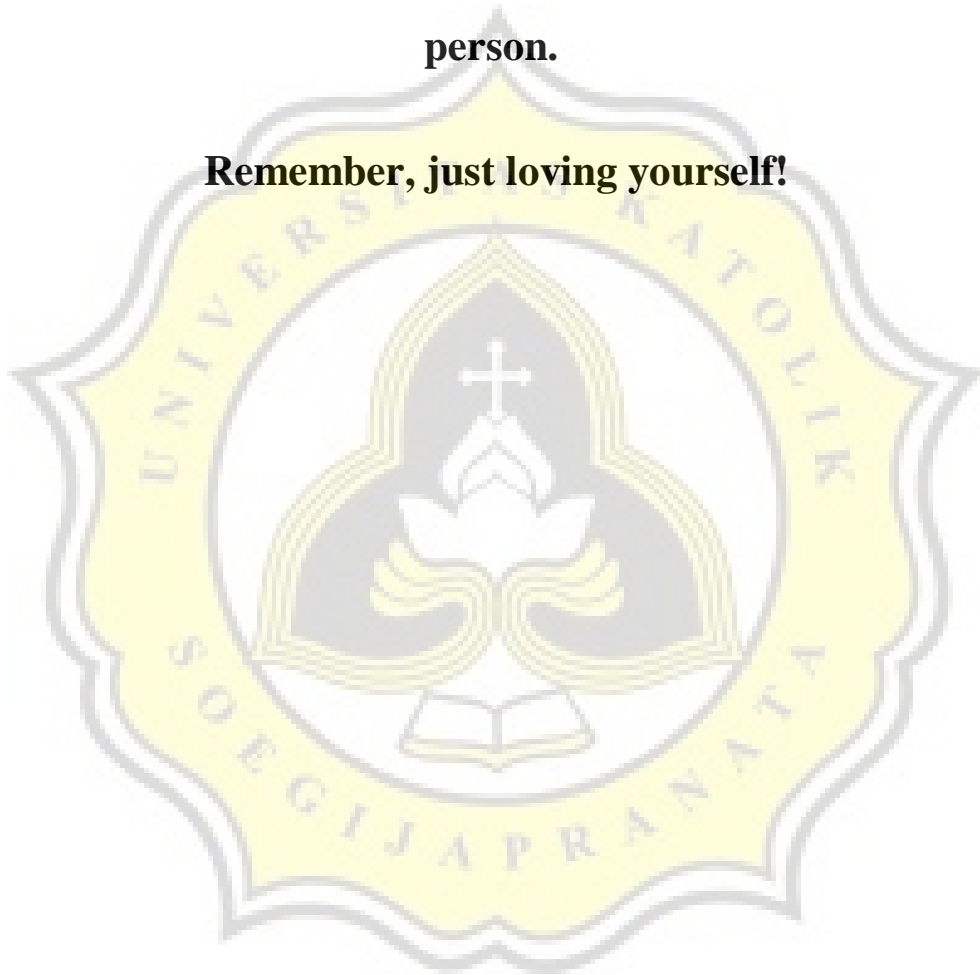
Peneliti,

(STEVALIA NUGRAHENI)

## MOTTO

**You become the best version of yourself by attracting the kinds of people you not only want to be around, but that make you a better person.**

**Remember, just loving yourself!**



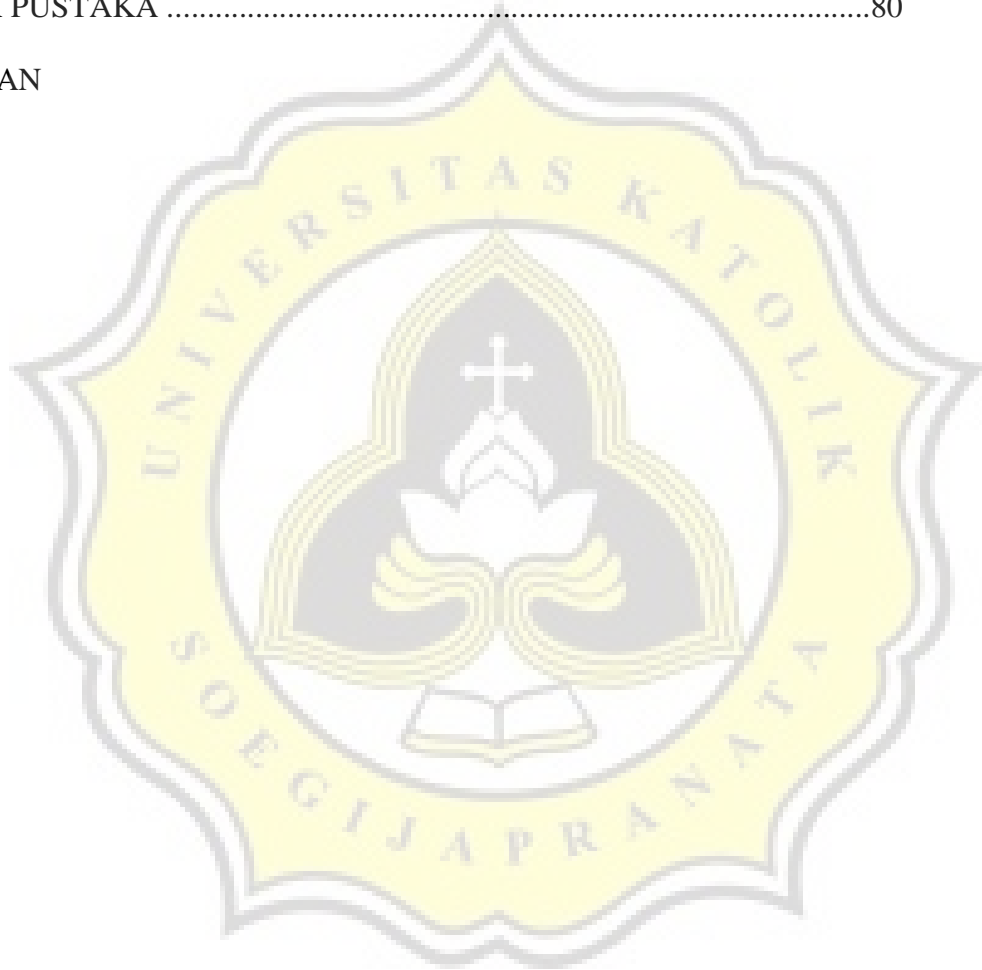
## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Pernyataan Keaslian Skripsi .....	iii
Abstraksi.....	iv
Kata Pengantar .....	v
Motto.....	vi
Daftar Isi .....	vii
Daftar Gambar .....	viii
Daftar Tabel .....	ix
<b>BAB I: PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II: LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 . Kewirausahaan.....	9
2.2. Wirausahawan.....	9
2.3. Bisnis Keluarga.....	12



2.4. Suksesi.....	12
2.5. Strategi.....	12
2.6. Analisis Matriks IFE dan EFE.....	16
2.7 Matriks <i>Internal – Eksternal</i> (IE).....	18
2.8 Analisis SWOT.....	19
2.9 Kerangka Pikir.....	22
2.10 Definisi Operasional.....	23
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
3.1. Objek dan Lokasi Penelitian.....	28
3.2. Populasi dan Sampel.....	28
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	29
3.4. Metode Pengambilan Data.....	30
3.5. Skala Pengukuran Data.....	31
3.6. Metode Analisis Data.....	32
<b>BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>42</b>
4.1. Gambaran Umum Loenpia Mataram.....	42
4.2. Gambaran Umum Proses Produksi.....	44
4.3. Gambaran Umum Responden .....	45
4.4. Tanggapan Responden Mengenai Variabel SWOT .....	47
4.5. Variabel SWOT Loenpia Mataram.....	54
4.6. <i>Internal Factor Evaluation</i> .....	57
4.7. <i>External Factor Evaluation</i> .....	60
4.8. Matriks <i>Internal Eksternal</i> (IE).....	63

4.9. Matriks Analisis SWOT.....	64
4.10 Strategi Alternatif Berdasarkan Analisis SWOT dan Matriks IE.....	67
BAB V: PENUTUP .....	74
5.1. Kesimpulan .....	74
5.2. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lunpia Mataram.....	7
Tabel 1.2 Pesaing Lunpia Mataram.....	8
Tabel 2.1 Matriks Internal-Eksternal (IE).....	19
Tabel 2.2 Matriks SWOT.....	21
Tabel 4.3.1 . Data Responden Pihak Manajemen Loenpia Mataram.....	45
Tabel 4.3.2 Data Responden Konsumen Loenpia Mataram.....	46
Tabel 4.4.1 Hasil Jawaban Responden Management Mengenai Faktor Kekuatan .....	47
Tabel 4.4.2 Hasil Jawaban Responden Management Mengenai Faktor Kelemahan.....	49
Tabel 4.4.3 Hasil Jawaban Responden Management Mengenai Faktor Peluang.....	50
Tabel 4.4.4 Hasil Jawaban Responden Management Mengenai Faktor Ancaman.....	52
Tabel 4.4.5 Hasil Tanggapan Responden Konsumen Mengenai Variabel	

SWOT.....53

Tabel 4.6.1 Alasan Pemberian Bobot dan *Rating* Kekuatan dan

Kelemahan..... 57

Tabel 4.7.1 Alasan Pemberian Bobot dan *Rating* Peluang dan

Ancaman.....61

Tabel 4.8.1 Matriks IE..... 64

Tabel 4.9.1 Analisis Matriks SWOT Loenpia Mataram.....66



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian..... 21

Gambar 4.1.1 Struktur Organisasi Loenpia Mataram.....43