

DESAIN RENCANA STRATEGIS KENCANA MINIMARKET SEMARANG

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Magister Manajemen

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Diajukan oleh:

NAMA : JEVON ADNA TRISNAWAN

NIM : 14.D3.0034

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

NAMA : Jevon Adna Trisnawan

NIM : 14.D3.0034

Program Studi : Program Pascasarjana Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Strategik

JUDUL TESIS :

**DESAIN RENCANA STRATEGIS KENCANA
MINIMARKET SEMARANG**

Telah disetujui dan diterima dengan baik pada

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Thomas Budi Santoso, Ed. D

Thomas Indrajaja, SE. MM

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Jevon Adna Trisnawan

NIM : 14.D3.0034

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Magister Manajemen

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul “Desain Rencana Strategis Kencana Minimarket Semarang” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi kecuali pada bagian dan telah dirujuk dan disebut dalam daftar pustaka. Dan apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya pada penulis.

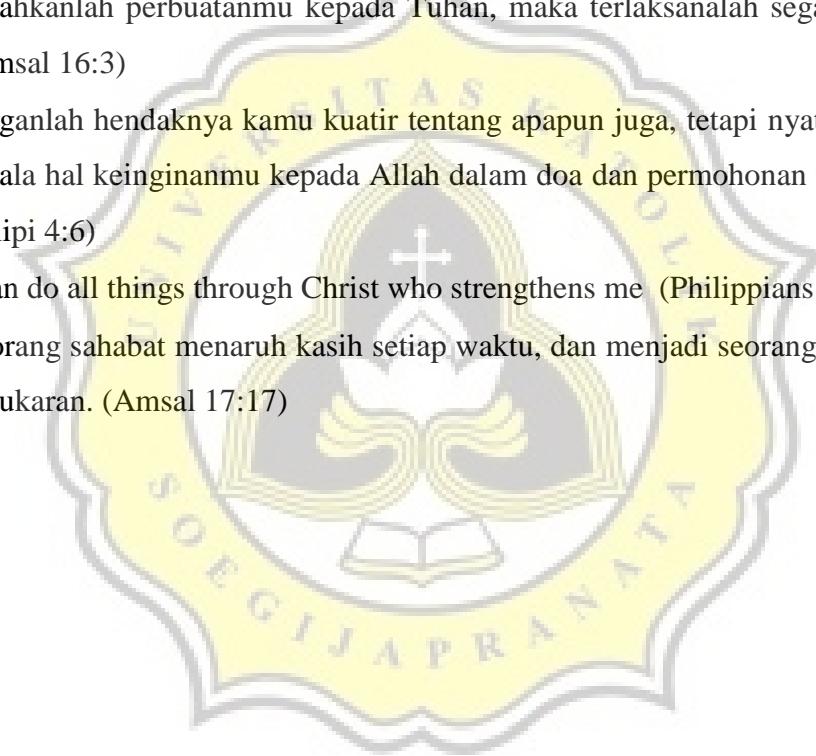
Semarang, Maret 2017

Yang menyatakan,

Jevon Adna Trisnawan

HALAMAN PERSEMPAHAN DAN MOTTO

- Apabila orang-orang benar itu berseru-seru, maka Tuhan mendengar, dan melepaskan mereka dengan segala kesesakannya. (Mazmur 34:17)
- Serahkanlah perbuatanmu kepada Tuhan, maka terlaksanalah segala rencanamu. (Amsal 16:3)
- Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan ucapan syukur. (Filipi 4:6)
- I can do all things through Christ who strengthens me (Philippians 4:13)
- Seorang sahabat menaruh kasih setiap waktu, dan menjadi seorang saudara dalam kesukaran. (Amsal 17:17)



ABSTRAKSI

Kota Semarang yang merupakan ibukota Provinsi Jawa Tengah mempunyai fungsi sebagai pusat pemerintahan, pendidikan, pariwisata, kegiatan industri, transportasi, dan perdagangan. Dengan berbagai fungsi tersebut maka kota Semarang memiliki potensi untuk berkembangnya usaha ritel modern. Tren pola hidup masyarakat saat ini yang mengarah ke proses modernisasi ini ikut mempengaruhi terhadap perubahan fisik perkotaan yang dapat kita lihat dengan semakin maraknya pertumbuhan dan perkembangan pasar-pasar modern. Tren pertumbuhan ritel modern saat ini yang begitu pesat menunjukkan bahwa tingkat persaingan pada pasar modern sangat ketat. Oleh karena itu, untuk dapat bersaing bahkan memenangkan persaingan pada segala kondisi yang terjadi, maka pelaku usaha wajib memiliki strategi yang dituangkan dalam sebuah rencana strategis. Penelitian ini dilakukan di Kencana Minimarket Semarang, yang berada di Jl. Brigjend Katamso No.35. Perusahaan yang berdiri pada 29 November 2015 ini merupakan pendatang baru yang tentunya memerlukan strategi untuk mewujudkan tujuan (*goals*) yang diinginkan. Kencana Minimarket untuk dapat ikut bersaing dan memiliki prospek yang lebih baik maka diperlukan rencana strategis yang tepat untuk dijadikan arah dan pedoman perusahaan, hal itu akan menjadikan Kencana Minimarket memiliki keunggulan bersaing. Pembuatan rencana strategis ini melalui 3 tahapan yaitu, diawali tahap masukan dengan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Kemudian tahap pencocokan untuk memunculkan strategi-strategi alternatif, melalui pembuatan matriks matriks IFE EFE, matriks IE, matriks SWOT. Tahap akhir dalam pembuatan rencana strategis ini adalah tahap pengambilan keputusan dengan menggunakan matriks QSPM untuk menentukan strategi prioritas perusahaan. Berdasarkan hasil analisis matriks IE, Kencana Minimarket berada di posisi tumbuh dan berkembang, sehingga 3 alternatif yang digunakan adalah meningkatkan pemasaran (penetrasi pasar), membuka cabang/*franchise* (pengembangan pasar), dan menambah varian produk (pengembangan produk). Strategi prioritas yang dipilih berdasarkan analisis QSPM adalah strategi pengembangan produk yang memperoleh skor tertinggi yaitu **5.21**. Berdasarkan hasil matriks QSPM tersebut, selanjutnya dituangkan dalam sebuah tabel rencana strategis dalam 3 tahun kedepan yang terkait fungsi manajemen pemasaran, keuangan, operasional, dan SDM.

Kata Kunci: IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM, Rencana Strategis.

Abstract

Semarang city is the capital of Central Java province which functions as a center of government, education, tourism, industry, transportation, and trade. With these functions, Semarang has the potential for modern retail business development. Today's society lifestyle leads to this modernization process also affects the urban physical changes as we see with the rapid growth and development of modern markets. Trends in modern retail growth is so rapid showing that the level of competition is very tight. Therefore, to be able to compete and even win the competition in all conditions, these businesses are required to have a strategy that is outlined in a strategic plan. This research was conducted in Kencana Minimarket Semarang, which is located on Jl. Brigjend Katamso 35. The Company was established on 29 November 2015, a newcomer that certainly needs a strategy to achieve the desired objectives. Kencana Minimarket in order to compete and have a better prospect needs the right strategic plan for the direction and guidance of the company, it will make Kencana Minimarket has a competitive advantage. The strategic plan comes through three stages; namely, the input stage begins with collecting the data required. Then the matching stage to bring alternative strategies, through manufacture IFE matrix EFE matrix, IE matrix, SWOT matrix. The final stage in making strategic plan is the decision-making stage using QSPM matrix to determine the company's strategic priorities. Based on the analysis matrix IE, Kencana Minimarket is in a position to grow and develop, so the third alternative used is to increase marketing (market penetration), open a branch / franchise (market development), and add variant product (product development). The strategy is based on analysis of selected priority QSPM, a product development strategy that obtained the highest score is 5:21. Based on the results of the QSPM matrix, then shown in the strategic plan table for the next 3 years related to management functions of marketing, finance, operations, and human resources.

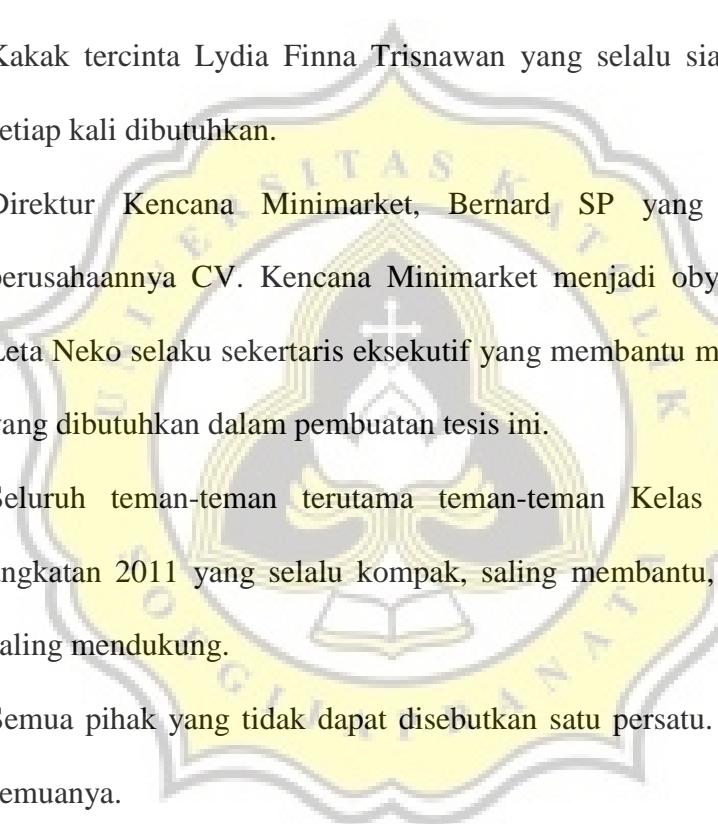
Key Words: IFE, EFE, IE, SWOT, QSPM, Strategic Planning

KATA PENGANTAR

Ucapan syukur kepada Tuhan Yesus yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan kemudahan, kemurahan dan anugerah-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan judul: “Desain Rencana Strategis Kencana Minimarket Semarang”. Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna meraih gelar Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Unika Soegijapranata Semarang.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah menumbuhkan semangat, memberikan bimbingan dan bantuan dalam proses penyusunan tesis ini. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus untuk kasih setia dan kemuliannya-NYA
2. Drs. Thomas Budi Santoso, MSi. Ed.D dan Drs. Thomas Indrajaja, MM. selaku pembimbing tesis yang telah sangat sabar memberi bimbingan, meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan pada penulis dari awal hingga akhir penyusunan tesis ini.
3. Drs. Sentot Suciarto A, MP, Ph. D dan Dr. Andreas Heryanto, SE, M. Si selaku penguji tesis yang telah memberikan masukan-masukan untuk membuat tesis ini menjadi lebih baik.

- 
4. Para dosen Magister Manajemen dan karyawan Unika Soegijapranata Semarang yang telah banyak membantu dari awal kuliah Semester 1 hingga selesainya tesis ini.
 5. Kedua orang tua yang telah mendukung baik materiil maupun moril dengan kasih sayang dan doanya tanpa henti untuk mendoakan yang terbaik.
 6. Kakak tercinta Lydia Finna Trisnawan yang selalu siap memberi bantuan setiap kali dibutuhkan.
 7. Direktur Kencana Minimarket, Bernard SP yang telah mengijinkan perusahaannya CV. Kencana Minimarket menjadi obyek penelitian. Serta Leta Neko selaku sekertaris eksekutif yang membantu memberikan data-data yang dibutuhkan dalam pembuatan tesis ini.
 8. Seluruh teman-teman terutama teman-teman Kelas Manajemen S1-S2 angkatan 2011 yang selalu kompak, saling membantu, saling berbagi, dan saling mendukung.
 9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk semuanya.

Semarang, Maret 2017

Penulis

(Jevon Adna Trisnawan)

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Strategi.....	12
2.2. Manajemen Strategis	13
2.2.1. Tahap-tahap Manajemen Strategis	13
2.2.2. Model Manajemen Strategi	18
2.3. Rencana Strategis	18
2.3.1. Konsep Rantai Nilai pada Strategi	19
2.3.2. Tahap Perencanaan Strategi	21
2.4. Bisnis Ritel	25
2.4.1. Ritel Tradisional dan Ritel Modern.....	25
2.4.2. Manajemen Ritel	26
2.5. Perumusan Strategi	28
2.5.1. Analisis SWOT	28
2.5.1.1. Matriks SWOT.....	29
2.5.2. Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix)	30
2.5.2.1. IFE Matrix.....	31

2.5.2.2. EFE Matrix	33
2.5.3. Matriks QSPM	35
2.6. Penelitian Terdahulu.....	36
2.7. Kerangka Pikir	40
2.8. Definisi Operasional.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian.....	42
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	42
3.3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	43
3.4. Analisis Data.....	48
BAB IV Hasil dan Pembahasan	52
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.1. Profil Perusahaan	52
4.2. Tahap Analisis	66
4.2.1. Mempertegas Visi Misi.....	66
4.2.2. Analisis Lingkungan	67
4.2.2.1. Analisis Internal Perusahaan.....	68
4.2.2.2. Analisis Eksternal Perusahaan	72
4.2.3. Matriks Internal-Eksternal	76
4.2.4. Matriks SWOT.....	78
4.2.5. Matriks QSPM	83
4.2.6. Rencana Strategis Kencana Minimarket	86
BAB V Penutup	89
5.1. Kesimpulan	89
5.2. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	95

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Model Manajemen Strategik	18
Gambar 2.2 Jalur Distribusi Barang Dagangan	27
Gambar 2.3 Matriks SWOT	30
Gambar 2.4 Matriks IE	31
Gambar 2.5 Kerangka Pikir	40
Gambar 4.1 Logo Kencanca Minimarket	52
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kencanca Minimarket	58
Gambar 4.3 Matriks IE Kencanca Minimarket	77
Gambar 4.4 Matriks SWOT Kencanca Minimarket	80



Daftar Tabel

Tabel 1.1 Penyebaran Pasar Tradisional di Kota Semarang Tahun 2010.....	5
Tabel 1.2 Penyebaran Pasar Modern di Kota Semarang Tahun 2010.....	6
Tabel 2.1 Matriks IFE	33
Tabel 2.2 Matriks EFE.....	34
Tabel 2.3 Matriks QSPM	36
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Teknik Pengumpulan Data	44
Tabel 3.2 Matriks SWOT	50
Tabel 3.3 Tabel Perencanaan Strategi	51
Tabel 4.1 Matriks IFE Kencana Minimarket.....	71
Tabel 4.2 Matriks EFE Kencana Minimarket.....	76
Tabel 4.3 Matriks QSPM Kencana Minimarket.....	84