

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI UNTUK PENINGKATAN KEUNGGULAN
BERSAING TOKO 46, KRANGGAN, SEMARANG**



ADITIYA HENDRA ANANTA SUTEDJO SANJOTO

16.D1.0115

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2021

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI UNTUK PENINGKATAN KEUNGGULAN
BERSAING TOKO 46, KRANGGAN, SEMARANG**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi (S1) Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang



ADITIYA HENDRA ANANTA SUTEDJO SANJOTO

16.D1.0115

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2021

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : Aditiya Hendra Ananta Sutedjo Sanjoto

NIM : 16.D1.0115

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Dosen Pembimbing : Eny Trimeiningrum, SE., M.SI

Judul : Analisis Strategi Untuk Peningkatan Keunggulan Bersaing
Toko 46, Kranggan, Semarang



Disetujui di Semarang, 6 Mei 2021

Pembimbing

Eny Trimeiningrum, SE., M.SI

HALAMAN PENGESAHAN



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : Analisis Strategi Untuk Peningkatan Keunggulan Bersaing Toko 46,
Kranggan, Semarang

Diajukan oleh : Aditya Hendra Ananta Sutedjo

NIM : 16.D1.0115

Tanggal disetujui : 28 Mei 2021

Telah setuju oleh

Pembimbing : Eny Trimeiningrum S.E., M.S.I.

Penguji 1 : Dr. Rustina Untari M.Si.

Penguji 2 : Dr. Ch. Yekti Prawihatni S.E., M.Si.

Penguji 3 : Eny Trimeiningrum S.E., M.S.I.

Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.D1.0115

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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

**ANALISIS STRATEGI UNTUK PENINGKATAN KEUNGGULAN BERSAING TOKO
46, KRANGGAN, SEMARANG**

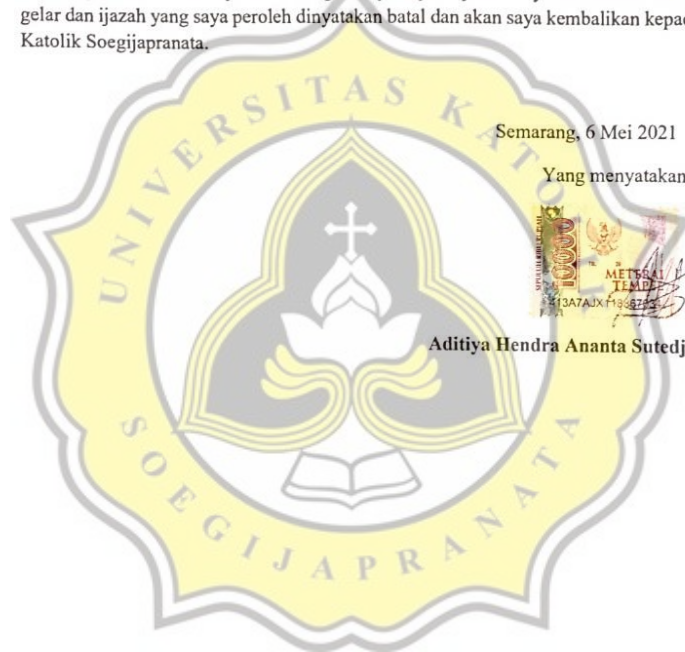
Benar – benar merupakan karya saya. Saya tidak mengambil sebagian atau seluruh karya orang lain yang seolah – olah saya akui sebagai karya saya. Apabila saya melakukan hal tersebut, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 6 Mei 2021

Yang menyatakan,



Aditiya Hendra Ananta Sutedjo Sanjoto



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus penulis ucapkan karena skripsi dengan judul **“ANALISIS STRATEGI UNTUK PENINGKATAN KEUNGGULAN BERSAING TOKO 46, KRANGGAN, SEMARANG”** telah dapat penulis selesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang. Topik ini dipilih karena peneliti menemukan kelemahan pada objek penelitian yang harus dibenahi agar didapatkan suatu sistem operasional yang lebih baik lagi.

Penulis juga menyadari, bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Eny Trimeiningrum, SE., M.SI selaku dosen pembimbing yang dengan penuh perhatian dan kesabaran berkenan meluangkan waktu untuk berdiskusi serta membimbing penulis.
2. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan.
3. Papa, mama, dan kedua adikku yang selalu memberikan semangat, kasih sayang, serta doa yang tulus.

4. Serta semua pihak yang sekiranya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

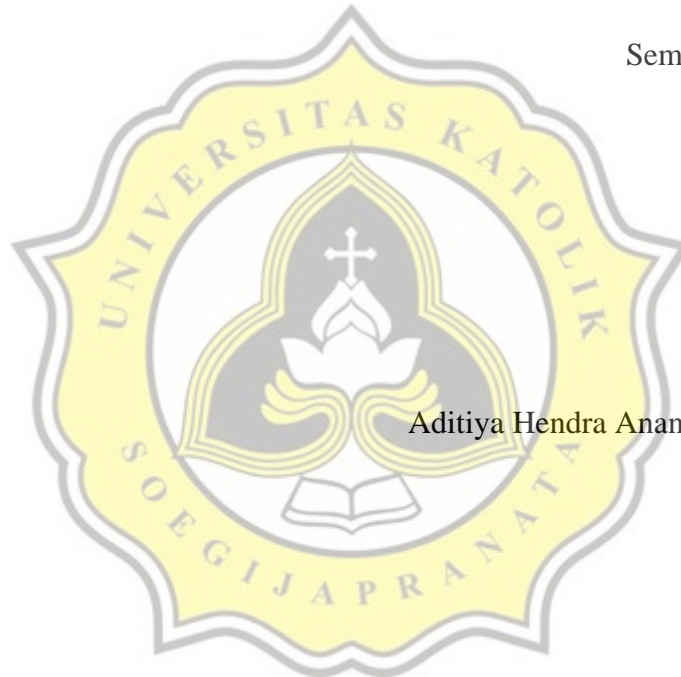
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan waktu dan pengetahuan yang penulis miliki. Sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan diterima oleh semua pihak.

Semarang, 6 Mei 2021

Penulis,



Aditya Hendra Ananta Suttedjo Sanjoto



DAFTAR ISI

ANALISIS STRATEGI UNTUK PENINGKATAN KEUNGGULAN BERSAING TOKO 46, KRANGGAN, SEMARANG	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	xiii
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II	6
LANDASAN TEORI	6
2.1 Kewirausahaan	6
2.2 Strategi	6
2.3 Keunggulan Bersaing	7
2.4 SWOT Analysis	9
2.4.1 Internal Factor Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)	9
2.4.1.1. Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS)	9
2.4.1.2. Matriks Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)	11
2.4.2 Matriks Internal – Eksternal (I-E)	13

2.4.3 Matriks SWOT	16
2.5 Penelitian Terdahulu	19
2.6. Kerangka Pemikiran	20
2.7 Definisi Operasional.....	20
BAB III	24
METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Obyek Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5. Alat Analisis Data	26
BAB IV	29
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Toko 46, Kranggan	29
4.2 Identitas Responden Dilihat dari Jenis Kelamin, Usia, Lama Kerja, Frekuensi Pembelian dan Pendidikan Terakhir.....	29
4.3 Variabel SWOT.....	32
4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Kekuatan Toko 46, Kranggan	33
4.3.2 Tanggapan Responden terhadap Kelemahan Toko 46, Kranggan	36
4.4 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS).....	38
4.5 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS)	44
4.6 Matriks Internal – Eksternal (I-E)	49
4.7 Matriks SWOT	50
4.7.1 Analisis Strategi S-O	52
4.7.2 Analisis Strategi W-O	53
4.7.3 Analisis Strategi S-T	53
4.7.4 Analisis Strategi W-T.....	54
BAB V	55
KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57

LAMPIRAN.....	59
PERTANYAAN DAN JAWABAN PRASURVEY	59
IDENTIFIKASI SWOT TOKO 46, KRANGGAN	62
DAFTAR PERTANYAAN.....	63
UNTUK PEMILIK DAN KARYAWAN.....	63
DAFTAR PERTANYAAN UNTUK PELANGGAN	67
PENGISIAN JAWABAN KONSUMEN	69
PENGISIAN JAWABAN PEMILIK DAN KARYAWAN	70
Rekapitulasi Pengisian Rating Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS).....	70
Rekapitulasi Pengisian Rating Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS).....	71
Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS)	72
Rekapitulasi Konversi Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS)	73
Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS)	74
Rekapitulasi Konversi Bobot Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS).....	75
Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS).....	76
Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS).....	77
Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix).....	78
ANALISIS SWOT	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Prasurvey Toko 46, Kranggan, Semarang	4
Tabel 2.1 Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)	11
Tabel 2.2 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)	12
Tabel 2.3 Matriks SWOT.....	18
Tabel 3.1 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS).....	26
Tabel 3.2 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS).....	27
Tabel 3.3 Matriks SWOT.....	28
Tabel 4.1 Responden Penelitian dari Pemilik dan Karyawan Toko 46, Kranggan.....	30
Tabel 4.2 Gambaran Umum Pelanggan Berdasarkan Usia	30
Tabel 4.3 Gambaran Umum Pelanggan Berdasarkan Frekuensi Pembelian Per Bulan.....	31
Tabel 4.4 Gambaran Umum Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan.....	31
Tabel 4.5 Variabel SWOT Toko 46, Kranggan.....	32
Tabel 4.6 Tanggapan Pelanggan terhadap Kekuatan Toko 46, Kranggan	34
Tabel 4.7 Tanggapan Pelanggan terhadap Kelemahan Toko 46, Kranggan	36
Tabel 4.8 Rating Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS).....	38
Tabel 4.9 Jawaban Responden terhadap Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS).....	39
Tabel 4.10 Rekap Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS).....	40
Tabel 4.11 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS).....	42
Tabel 4.12 Rating Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS)	44
Tabel 4.13 Jawaban Responden terhadap Bobot Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS) .	45
Tabel 4.14 Rekap Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS).....	46
Tabel 4.15 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS).....	48
Tabel 4.16 Matriks SWOT.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Matrix IE	13
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 3.1 Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix)	27
Gambar 4.1 Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix)	50



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aditiya Hendra Ananta Sutedjo Sanjoto

NIM : 16.D1.0115

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi yang berjudul:

“Analisis Strategi Untuk Peningkatan Keunggulan Bersaing Toko 46, Kranggan, Semarang” dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 6 Mei 2021

Yang Menyatakan



Aditiya Hendra Ananta Sutedjo Sanjoto

ABSTRAK

Banyaknya persaingan yang dihadapi oleh Toko 46, Kranggan, antara lain dengan banyaknya toko yang juga menjual produk-produk sejenis, yang juga berlokasi di daerah Kranggan dan Depok. Sementara saat ini banyak toko modern di Semarang yang juga menjual produk-produk yang sejenis membuat perlu dirumuskan alternatif strategi bisnis bagi Toko 46, Kranggan sehingga Toko 46, Kranggan mampu meningkatkan keunggulan bersaing Toko 46, Kranggan. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk membuat alternatif strategi untuk Toko 46, Kranggan dengan SWOT.

Perumusan alternatif strategi untuk mengembangkan bisnis Toko 46, Kranggan dilakukan dengan menggunakan metode analisis Matriks SWOT. Sampel dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik, dan 3 orang karyawan Toko 46, Kranggan serta observasi langsung ke obyek penelitian.

Berdasarkan Matriks Internal – Eksternal (I-E), nilai IFAS 3,04 dan EFAS sebesar 2,38 menunjukkan bahwa posisi dari Toko 46, Kranggan ada pada kuadran IV yaitu dengan strategi tumbuh dan bangun (*growth and build*). Berdasarkan matriks SWOT akan menghasilkan strategi SO, WO, ST, dan WT sebagai alternative strategi dengan alternatif strategi yaitu penataan kembali produk peralatan dan perlengkapan kebersihan dengan menambah rak, pemasaran dan pemesanan menggunakan sosial media dan online shop. Peluang Toko 46 lebih luas untuk menjangkau pasar yang baru yaitu pada konsumen yang melakukan *work from home*, penyediaan delivery mandiri untuk dalam kota Semarang, menyediakan tempat untuk menambah AC atau pendingin ruangan dan bekerja sama dengan tukang parkir untuk dapat mencari tempat parkir untuk konsumen toko.

Kata Kunci : strategi, SWOT, toko

ABSTRACT

The number of competition faced by Toko 46, Kranggan, among others, is the number of shops that also sell similar products, which are also located in the Kranggan and Depok areas. While currently many modern shops in Semarang also sell similar products, it is necessary to formulate an alternative business strategy for Toko 46, Kranggan, so that Toko 46, Kranggan could increase the competitive advantage of Toko 46, Kranggan. The purpose of this research is to create an alternative strategy for Toko 46, Kranggan with SWOT.

The formulation of alternative strategies to develop Toko 46's business, Kranggan was carried out using the SWOT matrix analysis method. The sample in this study were 1 owner, and 3 employees of Toko 46, Kranggan, and direct observation to the object of research.

Based on the Internal - External Matrix (I-E), the IFAS value is 3.04 and EFAS is 2.38 indicating that the position of Toko 46, Kranggan is in quadrant IV, namely with a growth and build strategy. Based on the SWOT matrix, it will produce SO, WO, ST, and WT strategies as alternative strategies with alternative strategies, namely rearranging cleaning equipment and equipment products by adding shelves, marketing and ordering using social media and online shops. Shop 46 opportunities are wider to reach new markets, namely consumers who work from home, provide independent delivery within the city of Semarang, provide a place to add air conditioning or air conditioning and work with parking attendants to be able to find parking spaces for shop consumers.

Keywords: strategy, SWOT, shop