

LAPORAN SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CHRYSKAKE
BERDASARKAN ANALISIS SWOT**



CHRYSSELLA VINESSA SHIRLEEN PRAYOGO

17.D1.0096

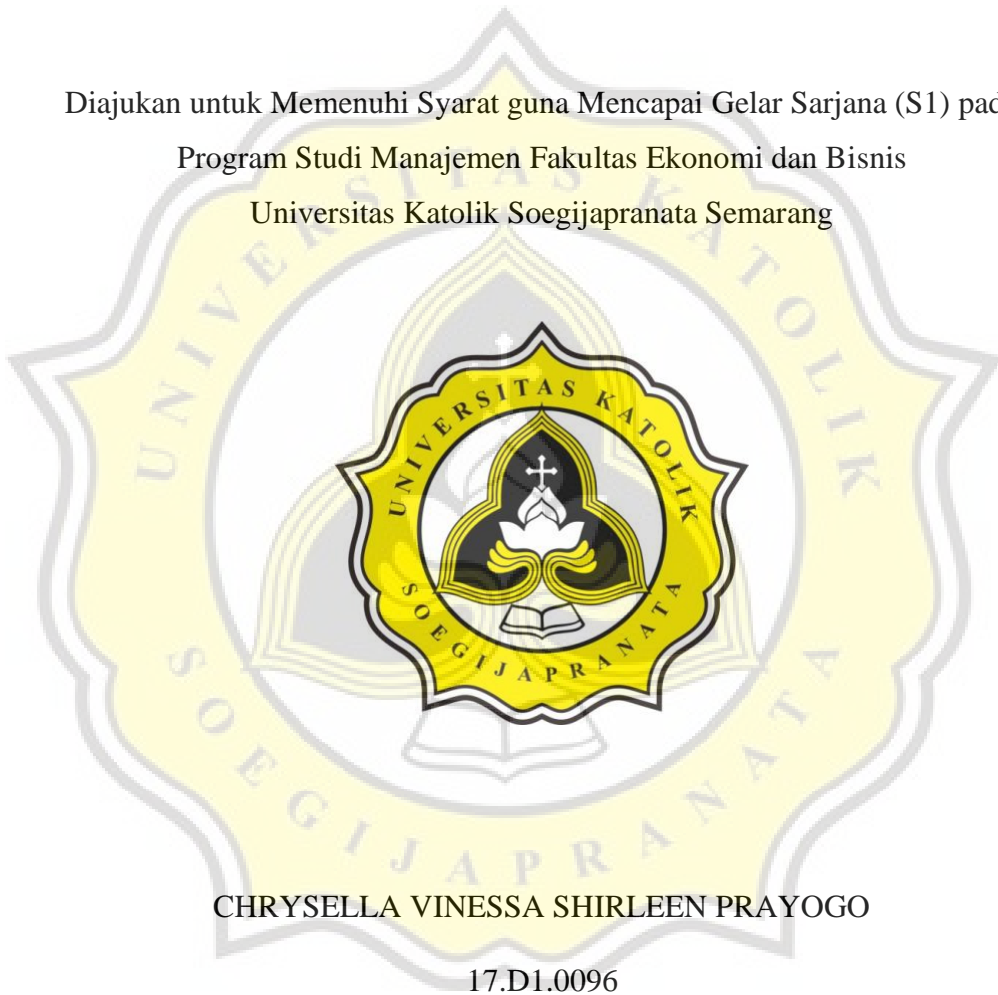
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

LAPORAN SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CHRYSKAKE
BERDASARKAN ANALISIS SWOT

Diajukan untuk Memenuhi Syarat guna Mencapai Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



CHRYSSELLA VINESSA SHIRLEEN PRAYOGO

17.D1.0096

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chrysella Vinessa Shirleen Prayogo

NIM : 17.D1.0096

Progdi / Konsentrasi : Manajemen / Kewirausahaan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Chryscake berdasarkan Analisis SWOT” adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 8 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Chrysella Vinessa Shirleen P

17.D1.0096

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Strategi Pengembangan Usaha Chryscake berdasarkan Analisis SWOT
Diajukan oleh : Chrysella Vinessa Sp
NIM : 17.D1.0096
Tanggal disetujui : 23 Agustus 2022
Telah setuju oleh
Pembimbing : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.
Penguji 1 : Drs. R. Bowo Harcahyo M.B.A.
Penguji 2 : Eny Trimeiningrum S.E., M.S.I.
Penguji 3 : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.
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=17.D1.0096

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chrysella Vinessa Shirleen Prayogo

Nomor Induk Mahasiswa : 17.D1.0096

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CHRYSKAKE BERDASARKAN ANALISIS SWOT” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 15 Agustus 2022

Yang menyatakan



Chrysella Vinessa Shirleen Prayogo

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan kasihnya. Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CHRYSKAKE BERDASARKAN ANALISIS SWOT”. Dalam menyusun skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi (S1) Manajemen pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Tidak sedikit hambatan yang dialami oleh peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, dengan adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia yang diberikan kepada peneliti.
2. Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pemikiran untuk membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Dosen penguji yang telah memberikan masukan dan bantuan kepada penulis untuk penyusunan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu dosen program studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata yang sudah memberikan ilmu kepada peneliti.
5. Untuk orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material yang diberikan kepada peneliti selama ini.
6. Untuk teman-teman yang telah memberikan motivasi dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Pihak-pihak yang lain yang tidak dapat dituliskan satu persatu oleh peneliti.

Semarang, 15 Agustus 2022



Chrysella Vinessa Shirleen Prayogo

ABSTRAK

Chrysella Vinessa Shirleen Prayogo

17.D1.0096

Program Studi Manajemen

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CHRYSKAKE BERDASARKAN ANALISIS SWOT

Hingga saat ini tradisi memberi hadiah masih menjadi kebiasaan yang melekat pada budaya masyarakat Indonesia. Salah satu hadiah yang populer diberikan adalah *hampers* kue kering. Chryscake merupakan bisnis yang menjual kue kering dan *hampers* kue kering di Kota Semarang. Pada penelitian ini akan dirumuskan strategi pengembangan yang paling sesuai untuk diterapkan berdasarkan analisis SWOT serta analisis IFAS dan EFAS. Penelitian dilakukan dengan membagikan kuesioner pada 20 responden yaitu pemilik, pesaing, karyawan, dan konsumen Chryscake. Berdasarkan perhitungan skor IFAS dan EFAS didapatkan selisih skor bernilai positif dengan koordinat pada kuadran I yang menunjukkan bahwa strategi yang paling tepat untuk mengembangkan Chryscake adalah strategi progresif atau strategi SO. Pada hasil penelitian ditemukan tiga strategi utama yang sesuai untuk Chryscake yaitu adalah membuka toko daring di aplikasi Shopee, mengoptimalkan promosi daring di Instagram, Tik Tok, dan Shopee, serta membuat konsep *hampers* kue kering untuk hadiah ulang tahun, wisuda, dan souvenir.

Kata Kunci: Hampers, Kue Kering, EFAS, IFAS, SWOT

ABSTRACT

The tradition of giving gifts is still a habit inherent in Indonesian culture. One of the popular gifts given is pastries hampers. Chryscake is a business that sells cookies and cookies hampers in Semarang. In this research, the most suitable development strategy will be formulated based on SWOT analysis and IFAS and EFAS analysis. The research was conducted by distributing questionnaires to 20 respondents, namely owners, competitors, employees, and consumers of Chryscake. Based on the calculation of the IFAS and EFAS scores, it was found that the difference in scores was positive with the coordinates in quadrant I which indicated that the most appropriate strategy to develop Chryscake was a progressive strategy or SO strategy. The results of the study found three main strategies that were suitable for Chryscake, namely opening an online store on the Shopee application, optimizing online promotions on Instagram, Tik Tok, and Shopee, and making the concept of cookies hampers for birthday gifts, graduations, and souvenirs.

Keywords: *Hampers, Cookies, EFAS, IFAS, SWOT*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Bisnis Kue Kering dan <i>Hampers</i>	7
2.2 Profil Bisnis Chryscake.....	8
2.3 Teori SWOT.....	10
2.4 Penelitian Terdahulu.....	13
2.5 Kerangka Pikir Penelitian.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Objek Penelitian.....	16
3.2 Jenis Penelitian.....	16
3.3 Jenis Data.....	17
3.4 Populasi dan Sampel.....	17
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	18

3.6 Metode Analisis Data.....	19
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	19
3.6.2 Analisis SWOT.....	20
3.7 Strategi Pengembangan.....	23
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1 Deskripsi Bisnis Chryscake	25
4.2 Deskripsi Responden Penelitian.....	26
4.3 Deskripsi Tanggapan Responden.....	27
4.4 Matriks <i>Internal Factor Analysis Summary</i> (IFAS)	30
4.5 Matriks <i>External Factor Analysis Summary</i> (EFAS)	31
4.6 Perhitungan Skor IFAS dan EFAS.....	32
4.7 Analisis SWOT	33
BAB V PENUTUP.....	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Hamper di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Produk Chryscake 2020-2022	9
Gambar 2.2 Matriks SWOT	12
Gambar 2.3 Kerangka Pikir Penelitian	15
Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT	24
Gambar 4.1 Profil Chryscake.....	25
Gambar 4.2 Skor IFAS dan EFAS	33
Gambar 4.3 Diagram Pengunjung <i>E-Commerce</i> Indonesia	42



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Sampel Penelitian.....	18
Tabel 3.2 Bobot dan Rating IFAS.....	20
Tabel 3.3 Bobot dan Rating EFAS	21
Tabel 4.1 Deskripsi Responden	27
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Indikator Internal	28
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Indikator Eksternal	29
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Bobot dan Rating IFAS	30
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Bobot dan Rating EFAS.....	31
Tabel 4.6 Perhitungan Skor IFAS dan EFAS	32
Tabel 4.7 Analisis SWOT Chryscake	41

