

LAPORAN SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CHRYSKAKE BERDASARKAN ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT

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



CHRYSFANNIE VIOLETTA SHIRLEEN PRAYOGO

20.D1.0046

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024**

LAPORAN SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CHRYSKAKE BERDASARKAN ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT

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



CHRYSFANNIE VIOLETTA SHIRLEEN PRAYOGO

20.D1.0046

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024**

ABSTRAK

Chrysannia Violetta Shirleen Prayogo

20.D1.0046

Program Studi Manajemen

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CHRYSKAKE BERDASARKAN ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS DAN SWOT

Pada penelitian ini akan dideskripsikan potret usaha Chryskake terkait aspek-aspek BMC dan SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan membagikan kuesioner pada 34 responden yaitu pemilik dan pelanggan Chryskake. Hasil penelitian ini adalah Chryskake memiliki value proposition kualitas produk terbaik pada kelasnya, Chryskake dapat menyesuaikan produk dengan keinginan konsumen, desain yang menarik, harga yang sepadan dengan kualitas, owner melayani konsumen secara langsung dan owner menjaga hubungan baik dengan konsumen dengan selalu menangani complain dari konsumen dengan baik. Chryskake memiliki dua elemen yang masih kurang optimal yaitu *key resource* dan *key activities*. Melalui analisis SWOT terdapat 12 strategi yang perlu dilakukan oleh Chryskake.

Kata Kunci: BMC, SWOT, Hampers Kue Kering, Lingkungan Bisnis

ABSTRACT

In this research, a portrait of Chryskake's business will be described regarding BMC and SWOT aspects. The research method used was quantitative by distributing questionnaires to 34 respondents, namely Chryskake owners and customers. The results of this research are that Chryskake has the best product quality value proposition in its class, Chryskake can adapt products to consumer desires, attractive designs, prices commensurate with quality, the owner serves consumers directly and the owner maintains good relationships with consumers by always handling complaints from consumers well. Chryskake has two elements that are still less than optimal, namely key resources and key activities. Through SWOT analysis, there are 12 strategies that need to be carried out by Chryskake.

Keywords: BMC, SWOT, Pastry Hampers, Business Environment