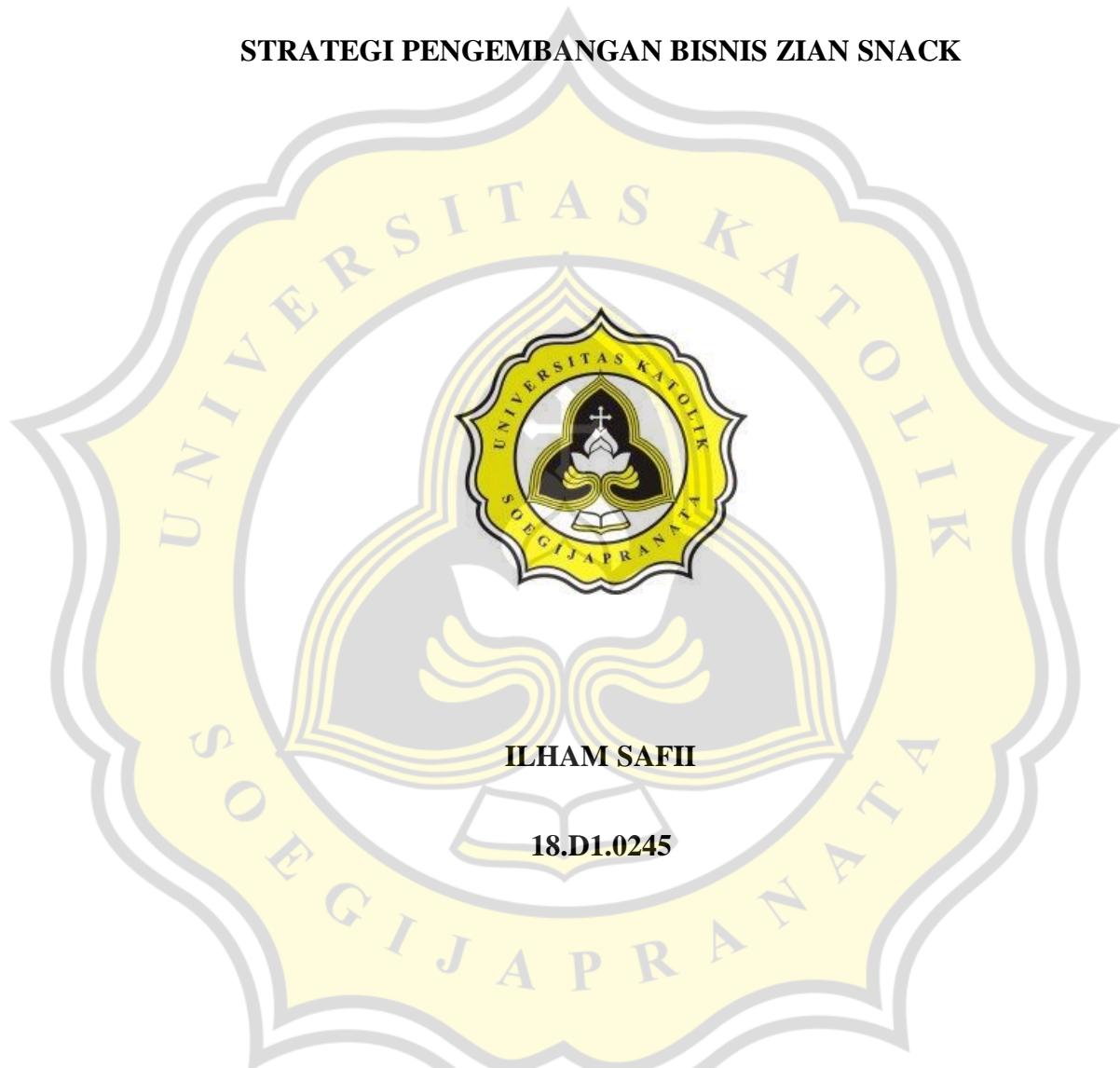


LAPORAN SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ZIAN SNACK



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2025**

LAPORAN SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ZIAN SNACK

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana
(S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis**
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2025**

ABSTRAK

Permasalahan dari Zian Snack adalah kebutuhan untuk mengembangkan bisnisnya saat ini. Sebagai pemain baru dalam bidang industri snack, Zian Snack perlu untuk dapat menembus persaingan. Model bisnis Zian Snack saat ini dipandang kurang mampu menghasilkan omset yang cukup besar dalam menghadapi persaingan dan menjadikan Zian Snack sebagai salah satu pelaku bisnis snack di kota Semarang yang diperhitungkan. Oleh karena itu diperlukan strategi-strategi alternatif untuk dapat menembus persaingan dengan menggunakan analisis SWOT. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menyusun strategi pengembangan bisnis Zian Snack.

Perumusan alternatif strategi pengembangan bisnis Zian Snack dilakukan dengan menggunakan metode analisis Matriks SWOT. Sampel dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik, 1 orang karyawan Zian Snack dan 10 orang konsumen serta observasi langsung ke obyek penelitian.

Berdasarkan nilai total IFAS dapat diketahui bahwa nilai 2,89. Hasil total matriks EFAS menunjukkan nilai 2,42. Hasil Matriks Internal – Eksternal (I-E) menunjukkan bahwa perpotongan total matriks IFAS dan matriks EFAS ada pada kuadran 5 yang menunjukkan bahwa jenis strategi yang tepat bagi Zian Snack adalah strategi menjaga dan mempertahankan. Berdasarkan matriks SWOT, strategi alternatifnya adalah *quality control* untuk mempertahankan konsistensi rasa, pengurusan sertifikasi halal untuk perluasan pasar syariah, pengurusan ijin usaha dan PIRT untuk dapat memasok minimarket dan supermarket, kemitraan strategis dengan supplier, diversifikasi supplier dan promosi dan pengenalan Zian Snack serta manfaat kesehatannya melalui media sosial.

Kata Kunci : strategi, pengembangan bisnis, SWOT, snack