

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TOKO KASIH KARUNIA

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata



ANDRE MIKHAEL SIDAURUK

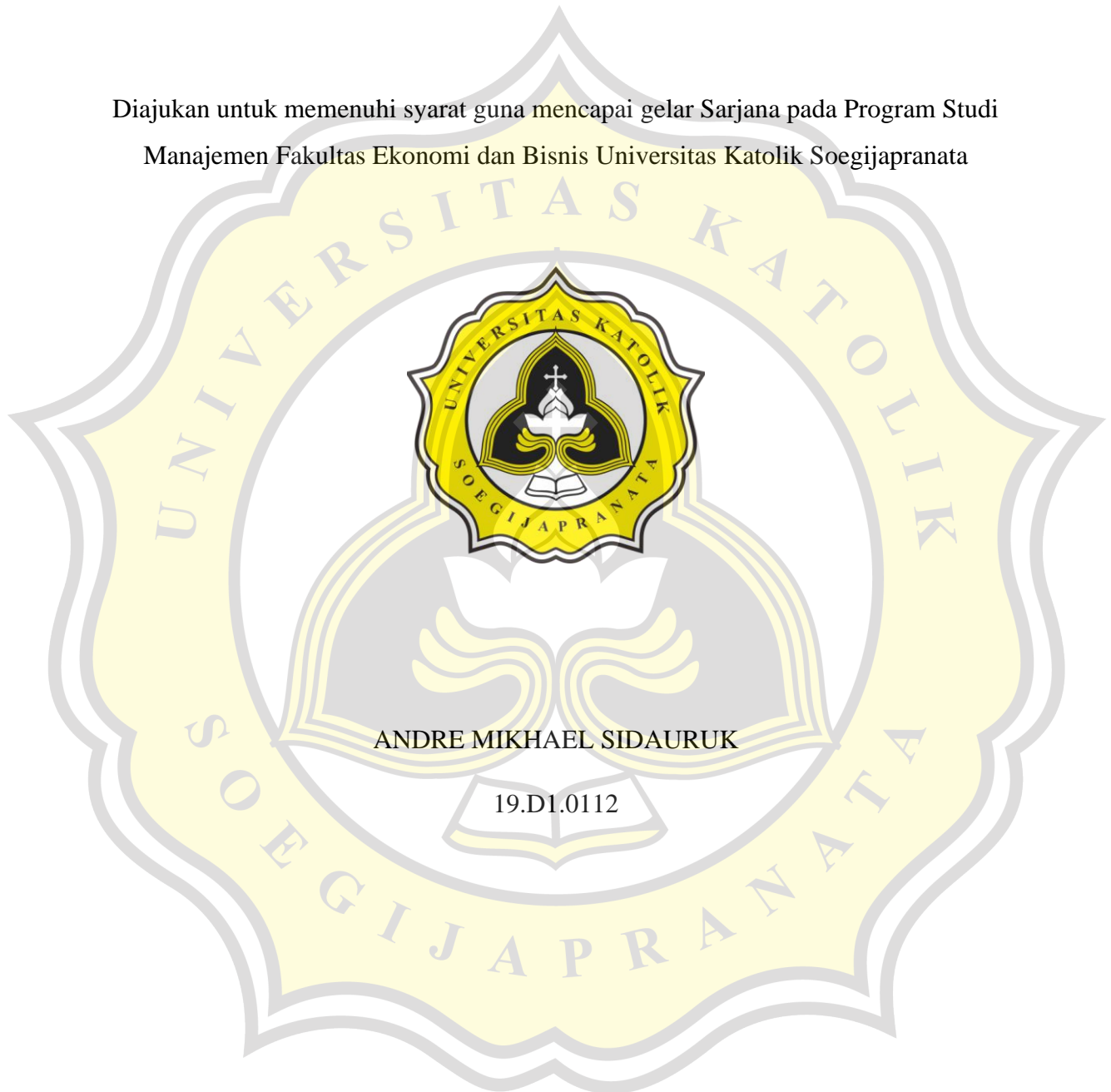
19.D1.0112

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

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TOKO KASIH KARUNIA

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata



ANDRE MIKHAEL SIDAURUK

19.D1.0112

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

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Toko Kasih Karunia meneliti bagaimana mengidentifikasi pengembangan usaha di Kota Blora dalam menghadapi persaingan sesama. Sehingga dalam mengembangkan bisnisnya dan bersaing dipasar tersebut dibutuhkan strategi yang akan dibentuk melalui matriks SWOT. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis Toko Kasih Karunia yang ada di Kab. Blora. Perolehan data dalam Matriks SWOT dilakukan dengan cara observasi dan menyebarkan kuesioner. Dimana Sampel dalam penelitian ini adalah 2 dari pemilik usaha dan 30 dari pelanggan Toko Kasih Karunia.

Nilai matriks IFAS 3,02 pada garis horisontal dengan total matriks EFAS 3,08. Hasil Matriks Internal-Eksternal menunjukkan bahwa perpotongan total matriks IFAS dan matriks EFAS ada pada kuadran 1 yang berarti bahwa jenis strategi yang tepat pada Toko Kasih Karunia adalah *grow and build*. Toko Kasih Karunia perlu menerapkan strategi intensif dimana Toko Kasih Karunia perlu melakukan tindakan agresif untuk memperluas layanan dan menjangkau pasar yang baru. Dimana strategi yang dirumuskan adalah memperluas pasar baru dengan menyebar brosur, menyebarkan leaflet promo hari raya, merekrut karyawan, membuat jadwal rute penjualan, melakukan penjualan melalui media Facebook, mengupgrade unit kendaraan, melakukan penyewaan Rumah Toko dan mencetak seragam identitas.

Kata Kunci : strategi, pengembangan bisnis, SWOT, Toko Retail Snack