

LAPORAN SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS FM KITCHEN



ELYSABETH MARIZKA SETIAWAN

22.D1.0154

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

2025

LAPORAN SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS FM KITCHEN

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



ELYSABETH MARIZKA SETIAWAN

22.D1.0154

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

2025

ABSTRAK

Masalah yang timbul dari FM Kitchen adalah rata-rata omset pesanan per bulan dari FM Kitchen pada tahun 2021 adalah sebanyak 257 porsi pesanan, namun pada tahun 2022, jumlah rata-rata pesanan per bulan menurun hanya menjadi sebanyak 145 porsi pesanan saja. Hal ini dapat terjadi karena adanya penurunan permintaan dari konsumen dengan semakin dibukanya pembatasan beraktivitas, namun juga karena persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak pesaing yang masuk dalam bisnis katering. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah menyusun dan mengimplementasikan strategi pengembangan bisnis FM Kitchen dengan metode SWOT.r.

Perumusan alternatif strategi pengembangan bisnis Davin Men's Underwear dilakukan dengan menggunakan metode analisis Matriks SWOT. Sampel dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik, dan 2 orang karyawan Davin Men's Underwear, 10 orang konsumen serta observasi langsung ke obyek penelitian.

Berdasarkan nilai total IFAS yang menunjukkan angka 2,39 dan hasil total matriks EFAS yang menunjukkan angka 2,76, perpotongan antara total matriks IFAS dan matriks EFAS dalam Matriks Internal – Eksternal (I-E) berada pada kuadran 5, yang menunjukkan bahwa strategi yang tepat untuk FM Kitchen adalah strategi hold and maintain. Berdasarkan hasil analisis menggunakan matriks SWOT, dirumuskan sembilan strategi alternatif yang dapat dijalankan oleh FM Kitchen. Strategi-strategi tersebut meliputi: menciptakan menu makanan baru (Strategi S-O), direct selling kepada konsumen secara langsung (Strategi S-O), penggunaan media sosial lain seperti Facebook dan Twitter (Strategi S-O), membangun dapur baru untuk menambah kapasitas (Strategi W-O), membuat sistem member FM Kitchen (Strategi W-O), membuat produk baru khas FM Kitchen (Strategi S-T), kontrak jangka panjang dengan beberapa supplier (Strategi S-T), ekspansi ke luar kota Semarang dengan sistem franchise (Strategi W-T), dan penambahan jumlah karyawan (Strategi W-T).

Kata Kunci : strategi, pengembangan bisnis, SWOT, makanan