

LAPORAN SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS VIRGIN CAKE & BAKERY



LIEM FREDDY FENDIANTO

20.D1.0203

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEIJAPRANATA
SEMARANG

2026

LAPORAN SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS VIRGIN CAKE & BAKERY

Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen



Liem Freddy Fendianto

20.D1.0203

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa strategi pengembangan bisnis Virgin Cake & Bakery menggunakan analisis faktor internal dan eksternal SWOT. Virgin merupakan usaha telah berdiri 26 tahun dan kini memiliki enam cabang di Semarang. Permasalahan dalam kualitas produk, dan pelayanan menjadi permasalahan yang dihadapi Virgin. Dalam perkembangan usahanya diperlukan strategi yang tepat untuk melakukan pengembangan bisnis yang sesuai pada kondisi yang dihadapi. Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan kuesioner pada pelanggan Virgin Cake & Bakery. Analisis penelitian ini menggunakan analisis faktor internal eksternal SWOT, matriks IFE, matriks EFE, dan matriks IE sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas posisi perusahaan dan strategi yang tepat.

Hasil penelitian menunjukkan kekuatan utama yang dimiliki Virgin Cake & Bakery adalah: konsistensi rasa, pilihan produk yang bervariasi, kualitas yang didapatkan sesuai dengan harga dan manajemen keuangan yang baik. Pada faktor kelemahan analisis memberikan catatan pada toko yang terbatas di wilayah Semarang, dan promosi yang dilakukan belum menjangkau pelanggan. Pada faktor eksternal peluang memberikan hasil ekspansi di luar Semarang, meningkatkan pemasaran melalui media sosial dan perluasan pasar online. Pada faktor eksternal ancaman memberikan hasil: keadaan ekonomi yang menyebabkan penurunan daya beli, kenaikan harga bahan baku, dan kompetitor yang lebih peka pada pemasaran digital merupakan faktor yang mempengaruhi bisnis.

Matriks IE memberikan gambaran kondisi bisnis pada sel II di mana strategi pertumbuhan horizontal dan penetrasi pasar menjadi strategi yang tepat. Strategi pengembangan bisnis dengan membuka cabang di BSB, survei lokasi di luar Semarang telah dilakukan, pemasaran online untuk memperluas jangkauan pasar, dan pengembangan produk dilakukan untuk perluasan pasar sesuai strategi pertumbuhan horizontal. Pemantauan kualitas melalui SOP dan pengawasan kinerja karyawan memberikan dampak menurunnya angka produk gagal dan meningkatkan kepuasan pelanggan pada pelayanan yang diberikan Virgin. Implikasi strategi memberikan dampak positif dalam pertumbuhan pendapatan dan perluasan segmen pasar. Matriks IE pada sel II (growth & build) menunjukkan potensi yang besar dalam pertumbuhan dan perkembangan bisnis.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, SWOT, IE, Growth, Build, Virgin Cake & Bakery

ABSTRACT

This study aims to analyze the business development strategy of Virgin Cake & Bakery using an internal and external factor analysis through the SWOT approach. Virgin Cake & Bakery is a business that has been operating for 26 years and currently has six branches in Semarang. Problem related to product quality and service have become challenges faced by Virgin. In its business development, an appropriate strategy is needed to support sustainable growth in accordance with existing conditions. This study employed a qualitative descriptive method, with data collected through interviews, observations, and questionnaires distributed to customers of Virgin Cake & Bakery.

The analysis used in this study includes SWOT analysis, Internal Factor Evaluation (IFE) matrix, External Factor Evaluation (EFE) matrix, and Internal-External matrix to provide a clear overview of the company's position and determine suitable strategies. The result indicate that the main strengths of Virgin Cake & Bakery are consistency in taste, diverse product offerings, good value for money, and health financial management. Meanwhile, the identified weaknesses include limited store locations within Semarang and promotional activities that have not reached a wider customer base.

In terms of external factors, opportunities include expansion beyond Semarang, increased marketing through social media, and the development of online market channels. Threats consist of economic conditions that reduce purchasing power, rising raw material price, and competitors who are more responsive to digital marketing.

The IE matrix shows that the company is positioned in cell II, where horizontal growth and market penetration strategies are considered appropriate. Business development strategies include opening new branches in the BSB area, conducting location survey outside Semarang, strengthening online marketing to expand market reach, and developing new products to support market expansion in line with the horizontal growth strategy. Quality control through the implementation of standard operating procedures (SOPs) and employee performance supervision has contributed to a decrease in defective products and an increase in customer satisfaction with the services provided by Virgin Cake & Bakery. The implementation of these strategies has a positive impact on revenue growth and market segment expansion. The IE matrix position in cell II (Growth & Build) indicates strong potential for business growth and development.

Keyword : *Business Development Strategy, SWOT, IE Matrix, Growth, Build, Virgin Cake & Bakery*