

**SKRIPSI**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS TOKO MAS KARANGAYU 1993**



Disusun oleh :

Bobby Hartanto

24.D1.0196

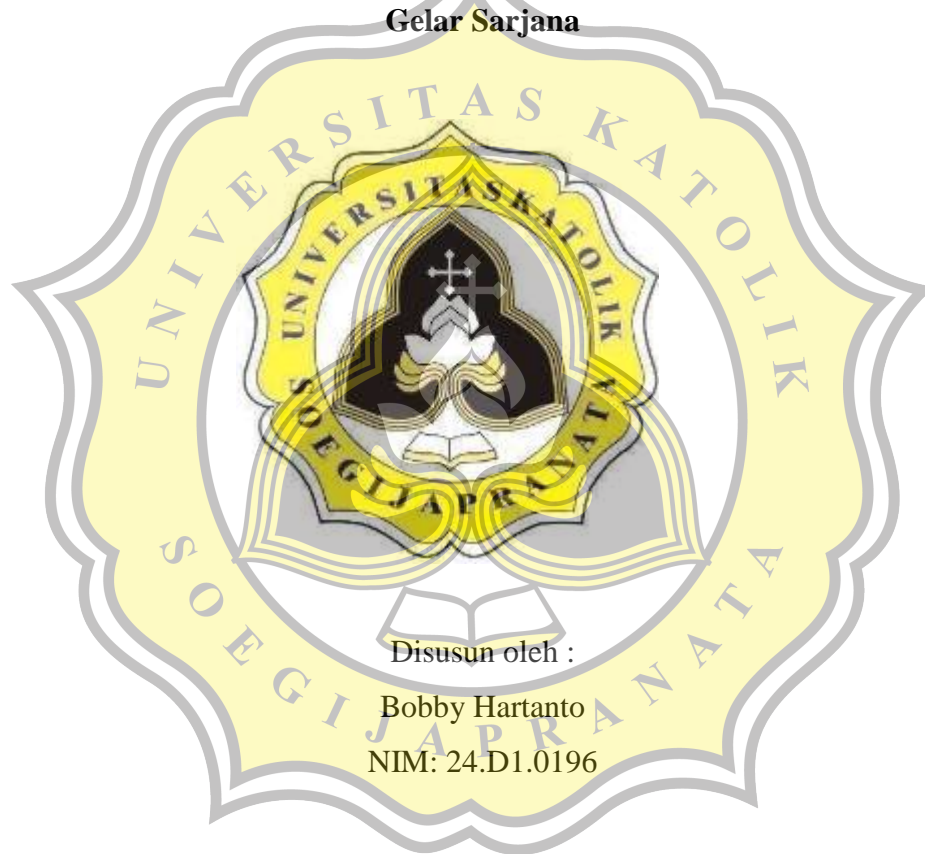
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2026**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS TOKO MAS KARANGAYU 1993**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi  
Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana**



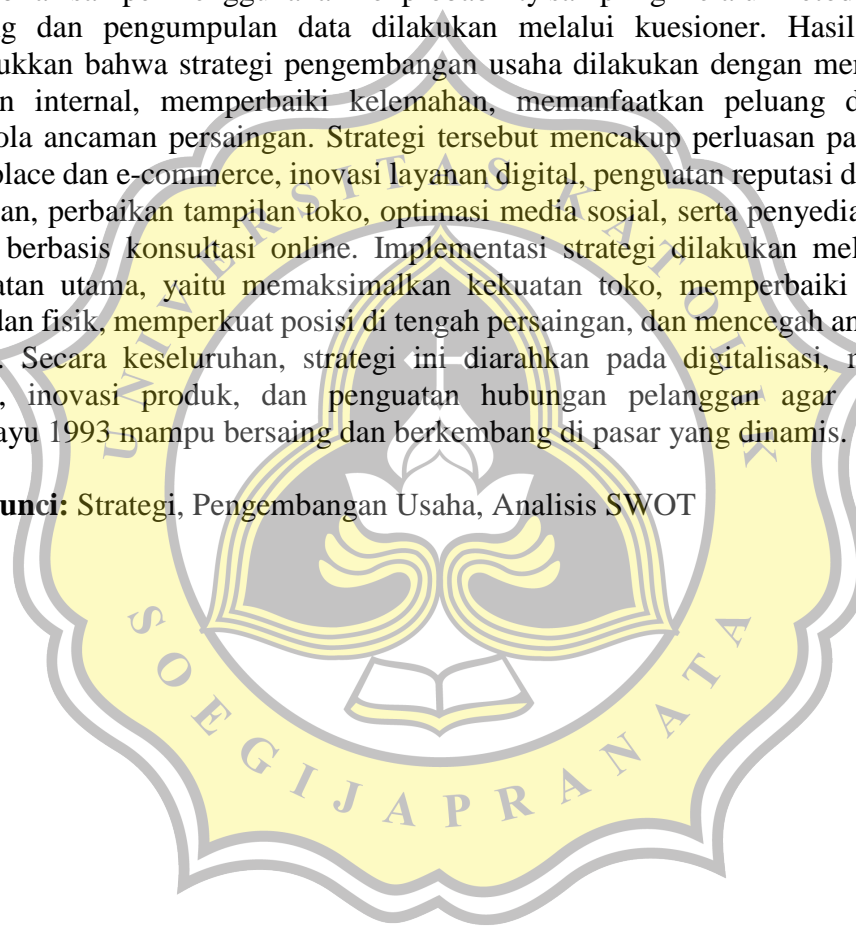
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2026**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun dan mengimplementasikan strategi pengembangan usaha Toko Mas Karangayu 1993. Populasi penelitian mencakup pemilik toko, toko pesaing terdekat, serta konsumen reguler, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling melalui metode purposive sampling dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan internal, memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang digital, dan mengelola ancaman persaingan. Strategi tersebut mencakup perluasan pasar melalui marketplace dan e-commerce, inovasi layanan digital, penguatan reputasi dan loyalitas pelanggan, perbaikan tampilan toko, optimasi media sosial, serta penyediaan layanan custom berbasis konsultasi online. Implementasi strategi dilakukan melalui empat pendekatan utama, yaitu memaksimalkan kekuatan toko, memperbaiki kelemahan digital dan fisik, memperkuat posisi di tengah persaingan, dan mencegah ancaman dari pesaing. Secara keseluruhan, strategi ini diarahkan pada digitalisasi, modernisasi layanan, inovasi produk, dan penguatan hubungan pelanggan agar Toko Mas Karangayu 1993 mampu bersaing dan berkembang di pasar yang dinamis.

**Kata Kunci:** Strategi, Pengembangan Usaha, Analisis SWOT



## **ABSTRACT**

*This study aims to develop and implement a business development strategy for Toko Mas Karangayu 1993. The study population included the store owner, nearby competing stores, and regular customers. The sampling technique used non-probability sampling through purposive sampling, and data collection was conducted through questionnaires. The results indicate that the business development strategy was implemented by leveraging internal strengths, addressing weaknesses, capitalizing on digital opportunities, and managing competitive threats. This strategy included market expansion through marketplaces and e-commerce, digital service innovation, strengthening reputation and customer loyalty, improving store appearance, optimizing social media, and providing custom services based on online consultations. The strategy was implemented through four main approaches: maximizing store strengths, addressing digital and physical weaknesses, strengthening competitive position, and preventing threats from competitors. Overall, this strategy focused on digitalization, service modernization, product innovation, and strengthening customer relationships to enable Toko Mas Karangayu 1993 to compete and thrive in a dynamic market.*

**Keywords:** *Strategy, Business Development, SWOT Analysis*

