

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UD. LARIS MANIS SEBAGAI
DISTRIBUTOR GULA KRISTAL PUTIH DENGAN MODEL *BUSINESS
TO BUSINESS* (B2B)**



**MAHENDRA ANDRO PRATAMA
25.D1.0104**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2026**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UD. LARIS MANIS SEBAGAI
DISTRIBUTOR GULA KRISTAL PUTIH DENGAN MODEL *BUSINESS*
TO BUSINESS (B2B)**

SKRIPSI

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



MAHENDRA ANDRO PRATAMA

25.D1.0104

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

SEMARANG

2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan dan menganalisis strategi pengembangan bisnis UD. Laris Manis sebagai distributor gula kristal putih dengan model *Business to Business* (B2B) di wilayah Kabupaten Grobogan, Kabupaten Semarang, dan Kota Semarang. Latar belakang penelitian didasarkan pada tingginya permintaan gula kristal putih sebagai komoditas kebutuhan pokok, adanya fluktuasi harga, ketergantungan pasokan, serta pentingnya peran distributor dalam menjaga kelancaran rantai pasok. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, serta studi dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, dan Matriks SWOT untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal perusahaan serta merumuskan alternatif strategi pengembangan yang sesuai dengan karakteristik usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan Matriks IE, UD. Laris Manis berada pada posisi Sel V (*Hold and Maintain*), yang menandakan kondisi usaha relatif stabil dan memerlukan strategi mempertahankan kinerja serta pengembangan secara bertahap. Strategi pengembangan bisnis dirumuskan melalui kombinasi strategi SO, WO, ST, dan WT yang menekankan pada penguatan kemitraan pasokan dengan KSU Sarana Hidup Sejahtera, pemanfaatan Sistem Resi Gudang (SRG), peningkatan efisiensi distribusi, pemanfaatan WhatsApp Business sebagai sistem pemesanan, serta diversifikasi produk secara selektif. Implementasi strategi menunjukkan bahwa fokus pada pengelolaan stok, repeat order pelanggan B2B, dan pengendalian biaya operasional menjadi kunci dalam menjaga stabilitas omzet dan laba. Dengan demikian, strategi yang dirumuskan tidak hanya relevan secara analitis, tetapi juga aplikatif dan sesuai dengan kondisi riil operasional UD. Laris Manis sebagai distributor gula kristal putih berbasis B2B.

Kata kunci: strategi pengembangan bisnis, distribusi gula kristal putih, *Business to Business* (B2B), analisis SWOT, Sistem Resi Gudang.

ABSTRACT

This study aims to formulate and analyze the business development strategy of UD. Laris Manis as a distributor of white crystal sugar using a Business to Business (B2B) model in Grobogan Regency, Semarang Regency, and Semarang City. The research background is based on the high demand for white crystal sugar as a basic necessity commodity, price fluctuations, supply dependency, and the important role of distributors in maintaining supply chain continuity. The research method employed a qualitative descriptive approach, with data collected through observation, interviews, questionnaires, and documentation studies. Data analysis was conducted using the Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix, External Factor Evaluation (EFE) Matrix, Internal–External (IE) Matrix, and SWOT Matrix to identify the company's internal and external conditions and to formulate alternative business development strategies in accordance with the characteristics of the enterprise.

The results indicate that based on the IE Matrix, UD. Laris Manis is positioned in Cell V (Hold and Maintain), which signifies a relatively stable business condition that requires strategies focused on maintaining performance and gradual development. Business development strategies were formulated through a combination of SO, WO, ST, and WT strategies, emphasizing the strengthening of supply partnerships with KSU Sarana Hidup Sejahtera, the utilization of the Warehouse Receipt System (WRS), improvements in distribution efficiency, the use of WhatsApp Business as an ordering system, and selective product diversification. The implementation of these strategies demonstrates that a focus on inventory management, repeat orders from B2B customers, and operational cost control is key to maintaining revenue and profit stability. Thus, the formulated strategies are not only analytically relevant but also practical and aligned with the real operational conditions of UD. Laris Manis as a B2B-based white crystal sugar distributor.

Keywords: *business development strategy, white crystal sugar distribution, Business to Business (B2B), SWOT analysis, Warehouse Receipt System.*