

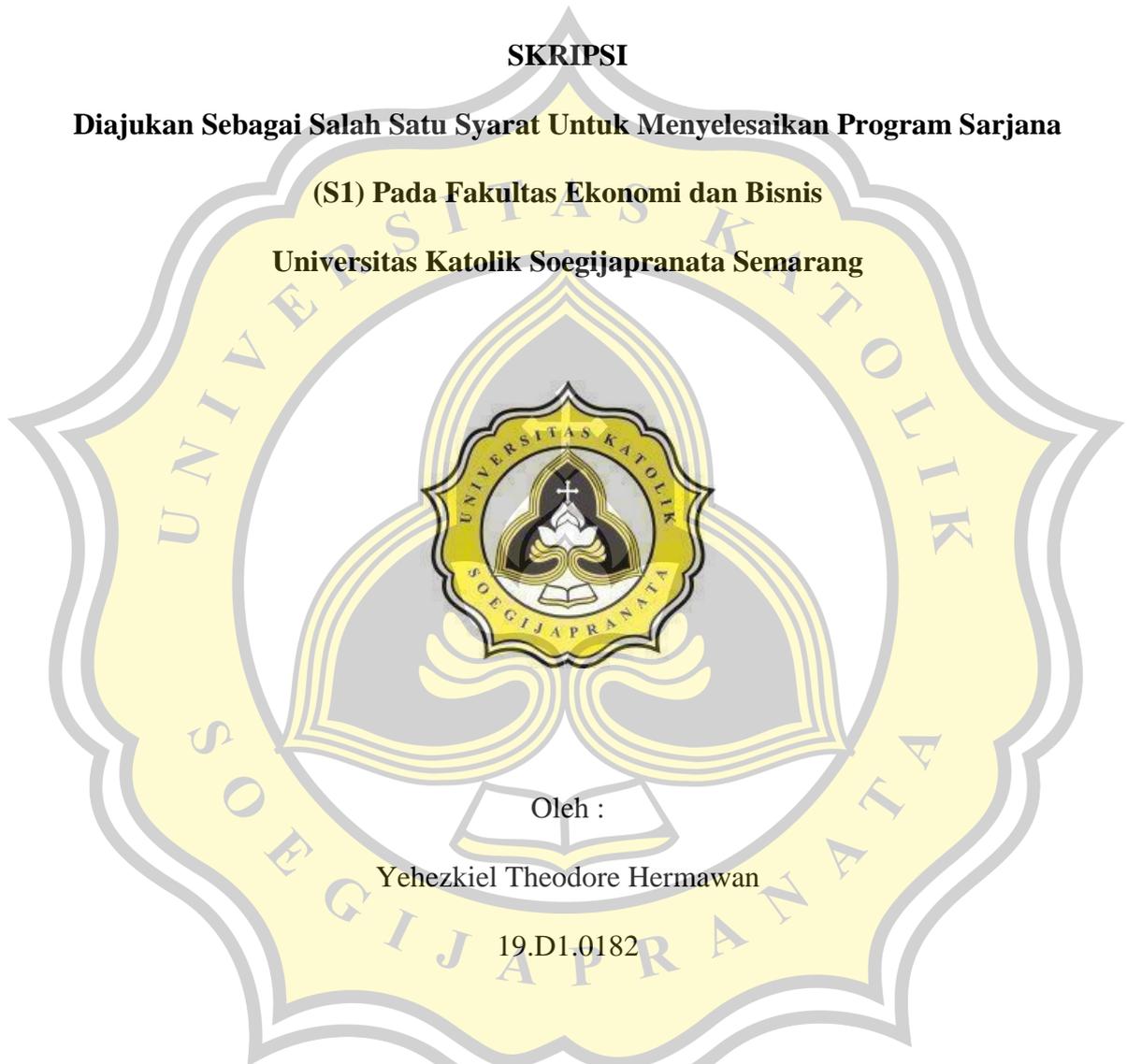
PERENCANAAN STRATEGI BISNIS MOLI KITCHEN

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana

(S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Oleh :

Yehezkiel Theodore Hermawan

19.D1.0182

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2024

LAPORAN SKRIPSI

PERENCANAAN STRATEGI BISNIS MOLI KITCHEN

Diajukan dalam Rangka Memenuhi

Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen



Yehezkiel Theodore Hermawan

19.D1.0182

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

SEMARANG

2024

ABSTRAK

Adanya permasalahan pada Moli Kitchen yang dapat dilihat dari *trend* penurunan penjualan, membuat Moli Kitchen perlu menunjukkan kebutuhan dari Moli Kitchen untuk mengembangkan suatu strategi bisnis yang dapat membantu bisnis untuk berkembang. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk merencanakan strategi bisnis Moli Kitchen.

Pengembangan bisnis membutuhkan strategi yang dapat dibentuk melalui matriks SWOT dan *Business model canvas* (BMC). SWOT dibentuk dari *Business model canvas* (BMC). Populasi dalam penelitian ini adalah 3 orang pemilik Moli Kitchen. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara yang terstruktur kepada 3 orang pemilik Moli Kitchen.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan *Business model Canvas* (BMC) dan matriks SWOT, dirumuskan lima strategi alternative yang dapat dijalankan oleh Moli Kitchen. Kelima strategi ini adalah Kerjasama dengan perusahaan untuk memasok makan siang karyawan, Membuat menu katering harian yang dibagikan pada awal atau akhir minggu, Investasi pada peralatan memasak yang baru untuk meningkatkan kapasitas produksi dan menekan harga, Testimoni pelanggan untuk meningkatkan reputasi Moli Kitchen dan Memproduksi bakmi sendiri.

Kata Kunci : strategi bisnis, makanan, rice bowl