

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM
TOKO SEMBAKO PONDOK MENTENG**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

SITI NURMILAH

NIM: 2412008518



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM
TOKO SEMBAKO PONDOK MENTENG**

Oleh:

Nama : SITI NURMILAH
NIM : 2412008518
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 16 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, MS



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM
TOKO SEMBAKO PONDOK MENTENG**

Oleh:

Nama : SITI NURMILAH
NIM : 2412008518
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 16 Agustus 2024
Waktu : 09.20 – 10.40 Wib

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Eko Wahyu Hidayat, S.Si, SE, MM (.....)

Anggota : Nurdin Rifai, SE, M.Sc. M.AP (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SITI NURMILAH
NIM : 2412008518
Program Studi : Manajemen
No. KTP : 3201245302010002
Alamat : JL. Pondok Menteng RT. 001 / RW. 004, Desa Citapen
Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, 16720

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan UMKM Pada Toko Sembako ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberi ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 16 Agustus 2024

SITI NURMILAH

ABSTRAK

SITI NURMILAH. NIM 2412008518. Analisis Strategi Pengembangan UMKM Toko Sembako Pondok Menteng

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di sektor ritel sembako. Namun, UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, manajemen yang kurang efektif, dan persaingan yang ketat. Pada saat ini banyak pebisnis yang melebarkan sayapnya di industri perdagangan salah satunya usaha sembako yang secara luas Sembako ini kebutuhan pokok yang selalu dibutuhkan masyarakat untuk menyalurkan kebutuhan sehari-hari.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan yang efektif bagi Toko Sembako Ibu Halimah agar dapat bersaing dan berkembang secara berkelanjutan dengan menggunakan metode jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini berlokasi di Kp. Pondok Menteng Rt 01 Rw 04 Desa Citapen Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi dengan menggunakan alat analisis Business Model Canvas, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, QSPM dan merekomendasikan Business Model Canvas baru untuk Toko Sembako Ibu Halimah diimasa mendatang.

Hasil penelitian memperoleh skor bobot berdasarkan matriks IFE dengan skor 2,8 dan matriks EFE sebesar 2,9 diketahui bahwa posisi Toko Sembako pada matriks IE berada pada kuadran II yaitu tumbuh dan membangun (grow and build). Yang menunjukkan bahwa prioritas strategi yang dapat dilakukan salah satunya WO strategi kemitraan pemasok untuk pengembangan jangka panjang. Pada Bisnis Model Canvas baru hasil penelitian ini dengan merekomendasikan untuk menambahkan produk non makanan serta pencatatan pembukuan lebih tertata dengan baik.

Kata Kunci : UMKM, Toko Sembako, Strategi Pengembangan, Analisis SWOT, IFE, EFE, QSPM, Business Model Canvas.

ABSTRACT

SITI NURMILAH. NIM 2412008518. *Analysis of MSME Development Strategy for Pondok Menteng Grocery Stores*

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in the Indonesian economy, including in the grocery retail sector. However, MSMEs often face various challenges such as limited capital, ineffective management and intense competition. Currently, many business people are spreading their wings in the trading industry, one of which is the basic food business, which is broadly speaking, basic food is a basic necessity that people always need to distribute their daily needs.

This research aims to analyze effective development strategies for the Ibu Halimah Grocery Store so that it can compete and develop sustainably using qualitative research methods. This research is located at Kp. Pondok Menteng Rt 01 Rw 04 Citapen Village, Ciawi District, Bogor Regency. The data collection techniques used were observation, interviews, questionnaires and documentation using the Business Model Canvas analysis tool, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, QSPM and recommending a new Business Model Canvas for Mrs. Halimah's grocery store in the future.

The research results obtained a weight score based on the IFE matrix with a score of 2.8 and an EFE matrix of 2.9, it is known that the position of the Grocery Store in the IE matrix is in quadrant II, namely grow and build. Which shows that the priority strategies that can be implemented include WO supplier partnership strategies for long-term development. In the new Business Model Canvas, the results of this research recommend adding non-food products and making bookkeeping more well organized.

Keywords: MSMEs, Grocery Stores, Development Strategy, SWOT Analysis, IFE, EFE, QSPM, Business Model Canvas.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafa'atnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Analisis Strategi Pengembangan UMKM Pada Toko Sembako ini disusun atas dasar salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut penulis ingin mengetahui strategi dalam pengembangan usaha toko sembako. karena manajemen strategi bisnis bagi perusahaan atau pembisnis memegang peranan penting dalam meningkatkan penjualan.

Dalam proses penulisan, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, S.E. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, MS selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM., MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan kampus dengan baik.
4. Ibu Altatit Dianawati, S.Si, MM sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga selesai menyusun skripsi dengan baik
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.

7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020, 2021, 2023 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dengan penuh suka cita
8. Kedua Orang Tua Yaitu Bapak Budi Suhendi Dan Ibu Inas Mintarsih tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi dengan baik.
9. Ibu Halimah selaku pemilik usaha yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Seluruh keluarga, Sahabat, teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Aamiin.

Depok, 16 Agustus 2024
Penulis,

SITI NURMILAH
NIM: 2412008518

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN & PENGESAHAN.....	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Perumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Strategi	7
2.1.2 Pengembangan Usaha	10
2.1.3 Business Model Canvas	10
2.1.4 Analisis SWOT	15
2.1.5 Internal Factor Evaluation (IFE) dan Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	17
2.1.6 Matriks Internal Eksternal (IE)	18
2.1.7 Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2 Jenis Penelitian	23
3.3 Informan Penelitian	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Teknik Analisis Data	25
3.5.1 Business Model Canvas (BMC)	25
3.5.2 Matriks IFE (Internal Factors Evaluation)	26

3.5.3	Matriks EFE (External Factors Evaluation)	26
3.5.4	Matriks IE	27
3.5.5	Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	27
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum	29
4.1.1	Sejarah Singkat	29
4.2	Analisis Lingkungan Internal	29
4.2.1	Pemasaran	30
4.2.2	Profil Konsumen	31
4.2.3	Operasional	31
4.3	Analisis Lingkungan Eksternal	34
4.3.1	Faktor Ekonomi	34
4.3.2	Faktor Sosial, Budaya dan Demografi	35
4.3.3	Faktor Politik dan Hukum	36
4.3.4	Faktor Lingkungan	38
4.3.5	Faktor Teknologi.....	39
4.4	Analisa Kekuatan Bersaing	39
4.4.1	Ancaman banyaknya pesaing	39
4.4.2	Kekuatan Penawaran Pembeli	40
4.4.3	Kekuatan Penawaran Pemasok	40
4.5	Analisis Elemen Bisnis Model Cnvas Toko Sembako	41
4.6	Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal	42
4.6.1	Kekuatan	42
4.6.2	Kelemahan	44
4.6.3	Peluang	45
4.6.4	Ancaman	47
4.7	Analisis Matriks IFE dan EFE	49
4.7.1	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	49
4.7.2	Matriks EFE (<i>Eksternal Factor Evauation</i>)	51
4.8	Tahap Pencocokan	52
4.8.1	Analisis Matriks IE (Internal-Eksternal)	52
4.8.2	Matriks SWOT	53
4.9	Tahap Keputusan	56
4.9.1	QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)	55
4.10	Business Model Canvas Baru	55
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Simpulan	62
5.2.	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Kompetitor Unit Usaha dan Perbandingan Omset	3
Tabel 2.1 Matriks IFE	17
Tabel 2.2 Matriks EFE	18
Tabel 2.3 Matriks QSP	20
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	23
Tabel 3.3 QSPM	28
Tabel 4.1 Produk Sembako	30
Tabel 4.2 Rincian Pembukuan	33
Tabel 4.3 Tabel 4.3 Inflasi 2019-2023	35
Tabel 4.4 Matriks Internal Factor Evaluations (IFE) Toko Sembako	50
Tabel 4.5 Matriks Eksternal Factor Evaluations (EFE) Toko Sembako	51
Tabel 4.6 Analisis Prioritas Strategi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah UMKM Kabupaten Bogor	2
Gambar 2.1 Business Model Canvas	10
Gambar 2.2 Matriks SWOT	18
Gambar 2.3 Matriks Internal-Eksternal (IE)	19
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual	22
Gambar 3.1 Struktur Business Model Canvas	25
Gambar 4.1 Business Model Canvas Toko Sembako	41
Gambar 4.2 Matriks IE Toko Sembako	52
Gambar 4.3 Matriks SWOT Toko Sembako.....	53
Gambar 4.4 Business Model Canvas Baru Toko Sembako	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	66
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	67
Lampiran 3. Penetapan BMC Pada Faktor Internal dan Eksternal	70
Lampiran 4. Kuesioner Penetapan Rating	72
Lampiran 5. Penentuan Faktor Internal dan Eksternal	75
Lampiran 6. Kuesioner Penentuan Strategi	80
Lampiran 7. Dokumentasi Toko Sembako	87
Lampiran 8. Kartu Bimbingan	88
Lampiran 9. Hasil <i>Plagiarism</i>	89
Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup	90