

**ANALISIS STRATEGI LAPIS BOGOR SANGKURIANG
DI TOKO OLEH-OLEH SELERA KITA**

SKRIPSI

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

Oleh:

APRILIA PRATAMA
NIM: 2411806930



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI LAPIS BOGOR SANGKURIANG
DI TOKO OLEH-OLEH SELERA KITA**

Oleh:

Nama : APRILIA PRATAMA
NIM : 2411806930
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 18 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen


Altatit Dianawati, S.Si.,MM


Altatit Dianawati, S.Si.,MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI LAPIS BOGOR SANGKURIANG
DI TOKO OLEH-OLEH SELERA KITA**

Oleh:

Nama : APRILIA PRATAMA
NIM : 2411806930
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 18 Agustus 2022
Waktu : 13.00 – 14.20 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Keuta : Judianto Tjahjo Nugroho, ST.,M.M. ()
Anggota I : Maya Andini Kartikasari, SP.,M.M. ()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen


Altatit Dianawati, S.Si.,MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : APRILIA PRATAMA
Tempat, Tanggal Lahir : Sukabumi, 12 April 2000
NIM : 2411806930
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 320103504000009
Alamat : Kp. Lio Baru RT.009/009, Citeureup - Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Analisis Strategi Lapis Bogor Sangkuriang di Toko Oleh-Oleh Selera KIIta ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas royalti non-eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, 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, 18 Agustus 2022

APRILIA PRATAMA

ABSTRAK

APRILIA PRATAMA, NIM 2411806930 Analisis Strategi Lapis Bogor Sangkuriang di Toko Oleh-Oleh Selera Kita

Persaingan industri kuliner khususnya produk oleh-oleh khas daerah menjadi suatu tantangan tersendiri bagi setiap para pelaku usaha untuk mampu mempertahankan dan mengembangkannya. Salah satunya adalah Toko OSK, tempat perbelanjaan oleh-oleh khas daerah yang terletak di Jl. Mayor Oking Citeureup-Bogor yang harus mampu bersaing dengan memiliki strateg yang efektif untuk keberlangsungan usahanya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan usaha Toko OSK dan jenis penelitian deksriptif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah *sample* 5 orang. Pengolahan data menggunakan analisis data *internal factor evaluation* (IFE), *external factor evaluation* (EFE), matriks internal eksternal (IE), analisis SWOT, dan *quantitative strategic planning matrix* (QSPM).

Berdasarkan hasil identifikasi didapatkan 14 faktor internal dan 12 faktor eksternal yang dapat digunakan untuk menilai kondisi Toko OSK. Dari hasil pengolahan data, total skor bobot pada matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) yaitu 3,0 dan total skor bobot *matriks External Factor Evaluation* (EFE) yaitu 3,3. Total skor bobot matriks IFE dan EFE dimasukkan ke dalam matriks Internal-Eksternal (IE), sehingga diketahui bahwa posisi Toko OSK berada pada sel I. Selanjutnya dirancang alternatif strategi menggunakan matriks SWOT. Kemudian alternatif strategi yang diperoleh dari matriks IE dan matriks SWOT diberikan skor daya tarik terhadap faktor-faktor utama kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk memperoleh prioritas strategi yang akan dijalankan oleh pemilik usaha Toko OSK Mitra Resmi Lapis Bogor Sangkuriang. Berdasarkan hasil pada tahap keputusan diperoleh strategi yang memiliki prioritas tertinggi yaitu strategi “Meningkatkan pangsa pasar produk yang ditawarkan dengan harga yang bersaing dan menjaga kualitas produk, kepercayaan pelanggan dan hubungan baik dengan supplier melalui perkembangan industri kuliner yang berkembang di kota dan kab. Bogor.”

Kata kunci: Lapis Bogor Sangkuriang, Toko OSK, data *internal factor evaluation* (IFE), *external factor evaluation* (EFE), matriks internal eksternal (IE), analisis SWOT, dan *quantitative strategic planning matrix* (QSPM)

ABSTRACT

APRILIA PRATAMA, NIM 2411806930 Strategic Analysis of Lapis Bogor Sangkuriang at Toko Oleh-Oleh Selera Kita

Competition in the culinary industry, especially local souvenirs, is a challenge for every business actor to be able to maintain and develop it. One of them is Toko OSK, a local souvenir shop located on Jl. Mayor Oking Citeureup-Bogor who must be able to compete by having an effective strategy for business continuity.

The purpose of this study was to determine the development of the OSK Store business and the type of descriptive research by collecting data using a questionnaire with a sample of 5 people. Data processing uses internal factor evaluation (IFE) data analysis, external factor evaluation (EFE), external internal matrix (IE), SWOT analysis, and quantitative strategic planning matrix (QSPM).

Based on the identification results obtained 14 internal factors and 12 external factors that can be used to assess the condition of OSK Stores. From the results of data processing, the total weight score on the Internal Factor Evaluation (IFE) matrix is 3.0 and the total weight score for the External Factor Evaluation (EFE) matrix is 3.3. The total IFE and EFE matrix weight scores are entered into the Internal-External (IE) matrix, so that it is known that the OSK Store position is in cell I. An alternative strategy is then designed using the SWOT matrix. Then the alternative strategies obtained from the IE matrix and SWOT matrix are given an attractiveness score against the main factors of strengths, weaknesses, opportunities, and threats to obtain strategic priorities that will be carried out by the owner of the vegetable stall business, Mr. Ma'mun. Based on the results at the decision stage, a strategy that has the highest priority is obtained, namely the strategy of "Increasing the market share of products offered at competitive prices and maintaining product quality, customer trust and good relations with suppliers through the development of the culinary industry that develops in cities and districts. Bogor."

Keywords: *Lapis Bogor Sangkuriang, OSK Store, internal factor evaluation (IFE) data, external factor evaluation (EFE), internal external matrix (IE), SWOT analysis, and quantitative strategic planning matrix (QSPM)*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran 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 Sallallahualaihi Wassalam kepada keluarganya para sahabatnya dan orang-orang yang mengikuti sunnahnya hingga hari kiamat.

Penelitian dengan judul Analisis Strategi Lapis Bogor Sangkuriang di Toko Oleh-Oleh Selera Kita ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat lapis bogor sangkuriang adalah salah satu industri yang ada di Bogor dan bergerak di bidang kuliner, khususnya produk oleh-oleh khas Bogor yang berasal dari bahan baku tepung talas. Keunggulan dari produk ini adalah produk baru ini mengangkat konten lokal yaitu talas Bogor dan dijual dengan harga yang kompetitif dengan harga pesaing oleh-oleh khas Bogor yang lain. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui strategi yang cocok untuk menghadapi banyaknya pesaing yang mulai bermunculan di pasaran.

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

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si.,MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Jurusan ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B sekaligus selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi.
4. 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 seperti sekarang ini.

5. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
6. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
7. Ibu Hj. Nursipah selaku pemilik Toko Oleh-Oleh Selera Kita dan Bpk. Lukmanal Hakimi sebagai Kepala Toko Oleh-Oleh Selera Kita yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
8. Bapak **Harmidi**, Mamah **Eti Margawati**, Teman tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan 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. Amin.

Depok, 18 Agustus 2022

Penulis,

APRILIA PRATAMA
NIM: 2411806930

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Rumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian	5
1.7. Sistematika Penulisan	5
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Manajemen Strategi.....	7
2.1.2. Konsep Strategi	8
2.1.3. Manfaat Manajemen Strategi	9
2.1.4. Komponen Manajemen Strategis	11
2.1.5. Tahapan Manajemen Strategi.....	12
2.1.6 Empat Atribut Kunci Manajemen Strategi.....	13
2.1.7 Jenis-Jenis Strategi	14
2.1.8 Audit Internal dan Eksternal.....	16
2.1.9 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) dan Internal (IFE)	17
2.1.10 Tahap Pencocokan Matriks IE (Internal Eksternal)	18
2.1.11 Analisis SWOT.....	19
2.1.12 Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (QSPM)	22
2.2. Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Konseptual	26
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2. Ruang Lingkup Penelitian	26
3.3. Responden Penelitian	28
3.3.1. Narasumber	28
3.4. Jenis dan Sumber Data	28

3.5. Teknik Pengumpulan Data	29
3.6. Teknik Analisis Data	29
3.6.1. Matriks IFE.....	30
3.6.2. Matriks EFE	31
3.6.3. Matriks IE.....	32
3.6.4. Matriks SWOT	32
3.6.5. Matriks QSPM.....	32
 BAB IV. HASIL PENELITIAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	36
4.1.1 Sejarah Pendirian Toko Oleh-Oleh Selera Kita (OSK)	36
4.2 Analisis Lingkungan Internal	36
4.2.1 Sumber Daya Manusia	37
4.2.2 Pemasaran	39
4.2.3 Keuangan	42
4.2.4 Proses Operasional	43
4.3 Analisis Lingkungan Eksternal	43
4.3.1. Lingkungan Jauh	44
4.3.2. Lingkungan Industri	49
4.4. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal	51
4.4.1. Kekuatan	52
4.4.2. Kelemahan	55
4.4.3 Peluang	56
4.4.4 Ancaman	58
4.5 Analisis Matriks IFE dan EFE	59
4.5.1. Matriks IFE	59
4.5.2. Matriks EFE	60
4.6 Analisis Matriks IE	61
4.7 Analisis SWOT	63
4.7.1. Strategi SO (Strenghts-Opportunities)	65
4.7.2. Strategi WO (Weakness-Opportunities)	65
4.7.3. Strategi ST (Strengths-Threats)	65
4.7.4. Strategi WT (Weakness-Threats)	66
4.8 Analisis QSPM	67
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	70
5.2 Saran	72
 DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Jumlah Wisatawan Kabupaten Bogor 2017-2019.....	1
Tabel 1.2.	Data Omset Penjualan Toko OSK	3
Tabel 2.1.	Matriks Faktor Strategi Internal (IFE)	17
Tabel 2.2.	Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFE)	18
Tabel 2.3.	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1.	Rencana Pelaksanaan Penelitian	27
Tabel 3.2.	Matriks QSPM	34
Tabel 4.1	Varian LBS di Toko OSK.....	40
Tabel 4.2.	Harga Produk Toko OSK	41
Tabel 4.3	Data Inflasi Tahun 2019-2021	45
Tabel 4.4	Matriks IFE Toko OSK	60
Tabel 4.5	Matriks EFE Toko OSK	61
Tabel 4.6 .	Rekapitulasi Hasil Matriks QSP	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Keuntungan Bagi Perusahaan yang Melakukan Perencanaan Strategik	10
Gambar 2.2. Matriks Internal-Eksternal.....	19
Gambar 2.3. Matriks SWOT	21
Gambar 2.4. Kerangka Kerja Analitis Formulasi Strategi	22
Gambar 2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	26
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Toko OSK	38
Gambar 4.2. Data Volume Penjualan LBS di Toko OSK.....	45
Gambar 4.3. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2021	47
Gambar 4.4. Jumlah Penduduk di Indonesia	48
Gambar 4.5. Matriks IE Toko OSK	62
Gambar 4.6. Matriks SWOT Toko OSK	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengantar Kuesioner	75
Lampiran 2. Hasil Kuesioner Penilaian Bobot Faktor Internal	84
Lampiran 3. Hasil Kuesioner IFE dan EFE	90
Lampiran 4. Hasil Pengisian Kuesioner QSPM Untuk Menentukan Attractive Score	91
Lampiran 5 Hasil Pertanyaan Wawancara	100
Lampiran 6. Surat Keterangan Penelitian	103
Lampiran 7. Kartu Bimbingan Skripsi	104
Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup	105