

KATA PENGANTAR

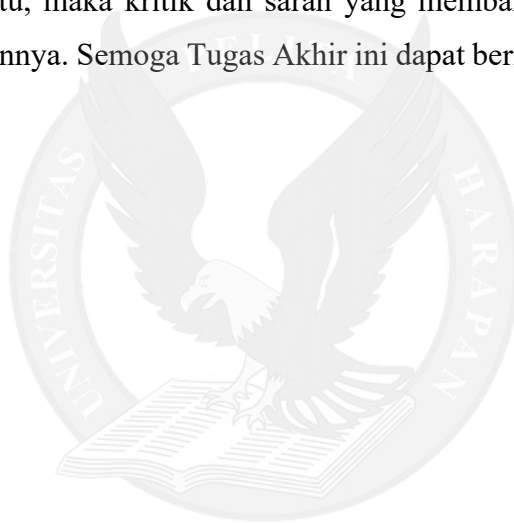
Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kekuatan yang diberikan untuk penulis dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Toko Kalimas (Strategic Plan)” ini memiliki tujuan untuk memenuhi persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Ucapan terima kasih ini penulis ucapkan sebesar - besarnya kepada Bpk. Zoel Hutabarat, S.I.P,M.B.A. atas semua perhatian, kebaikan, dan kesabaran yang ditunjukkan beliau dalam membimbing penulis melaksanakan tugas akhir. Beliau sudah memberikan banyak kritik, saran dan masukan yang benar-benar membantu dalam proses penulisan skripsi ini. Dukungan emosional juga banyak didapat dari keluarga dan sahabat – sahabat penulis. Segala ucapan syukur dan terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat – Nya penulis bisa menyelesaikan tugas ini akhir dengan baik.
2. Bapak Dr. (Hon) Jonathan L. Parapak, M.Eng.Sc., selaku Rektor Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Bapak Zoel Hutabarat, S.I.P, M.B.A. selaku dosen pembimbing yang sudah bersedia menyediakan waktu serta tenaga dalam membimbing proses penyelesaian tugas akhir ini dengan baik.
6. Semua dosen yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
7. Semua Staf dan Administrasi Universitas Pelita Harapan yang telah membantu mengurus administrasi penulis selama waktu perkuliahan.

8. Keluarga yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis selama pembuatan tugas akhir.
9. Kepada semua teman-teman baik yang di dalam, maupun yang di luar Universitas Pelita Harapan, yang telah membantu dan menyemangati penulis selama waktu perkuliahan, baik dalam suka maupun duka.
10. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ikut membantu proses penyelesaian tugas akhir ini.

Akhir kata tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Untuk itu, maka kritik dan saran yang membangun akan berguna bagi penulis untuk kedepannya. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



Ketapang, 3 Mei 2021

Willy Tanadi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR DIAGRAM	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 EXECUTIVE SUMMARY	1
1.1. Pendahuluan	1
1.2. Visi, Misi dan Tujuan Strategis	2
1.3. Inisiatif Utama untuk mencapai tujuan strategis.....	3
1.4. Peta Strategis	3
1.5. Analisis SWOT, Matriks IFE & IFE.....	4
1.6. Bisnis Model Kanvas & Porter’s Five Forces	4
1.7. Analisis Kompetitor	5
1.8. Peta Jalan Strategi	5
1.9. Laporan Inventory	5
BAB II VISION, MISSION, AND STRATEGIC OBJECTIVES	6
2.1. Visi Misi Perusahaan	6
2.1.1. Visi	6
2.1.2. Misi	6
2.2. Sejarah Perusahaan	7
2.3. Logo dan <i>Tagline</i> Perusahaan	8
2.4. Produk dan Jasa	9
2.5. Sumber Pembiayaan	11
2.6. Kepemilikan Perusahaan	11
2.7. Tujuan Strategis	11
BAB III KEY INITIATIVES TO REACH STRATEGIC OBJECTIVES	13

3.1. <i>PESTEL Analysis</i>	13
3.1.1. <i>Politics</i>	13
3.1.2. <i>Economy</i>	14
3.1.3. <i>Social</i>	14
3.1.4. <i>Technological</i>	15
3.1.5. <i>Environmental</i>	16
3.1.6. <i>Legal</i>	16
3.2. Tujuan Strategis	17
3.2.1. Merekrut Karyawan Baru	17
3.2.2. Memberikan Pelatihan Karyawan	18
3.2.3. Menjalin Kerjasama dengan Ekspedisi	19
3.2.4. Menggunakan Sistem <i>POS</i>	20
3.2.5. Membuka Cabang Toko Baru	20
3.2.6. Menjadi Supplier Resmi Alat Listrik	21
 BAB IV <i>STRATEGIC MAP</i>	 22
4.1. Pendahuluan	22
4.2. Deskripsi <i>Strategic Map</i>	24
 BAB V <i>SWOT ANALYSIS, IFE & EFE Matrix</i>	 26
5.1. Pendahuluan	26
5.2. SWOT Analisis	26
5.2.1. <i>Strength</i>	26
5.2.2. <i>Weakness</i>	27
5.2.3. <i>Opportunities</i>	27
5.2.4. <i>Threats</i>	27
5.3. <i>IFE & EFE Matrix</i>	28
 BAB VI <i>BUSINESS MODEL CANVAS & PORTER'S FIVE FORCES</i>	 36
6.1. Deskripsi <i>Business Model Canvas</i>	37
6.1.1. <i>Key Partners</i>	38
6.1.2. <i>Key Activities</i>	38
6.1.3. <i>Value Proposition</i>	39
6.1.4. <i>Customer Relationship</i>	40
6.1.5. <i>Customer Segment</i>	40

6.1.6. <i>Cost Structure</i>	44
6.1.7. <i>Key resources</i>	45
6.1.8. <i>Revenue Stream</i>	45
6.1.9. <i>Channels</i>	46
6.2. <i>Porter's Five Forces</i>	46
6.2.1. <i>Threat of New Entrants</i>	47
6.2.2. <i>Threat of Substitutes</i>	48
6.2.3. <i>Bargaining Power of Supplies</i>	48
6.2.4. <i>Bargaining Power of Buyers</i>	51
6.2.5. <i>Rivalry Among Existing Firms</i>	51
BAB VII <i>COMPETITOR ANALYSIS</i>	53
7.1. <i>Pesaing Langsung</i>	53
7.2. <i>Pesaing Tidak Langsung</i>	56
7.3. <i>Pesaing Masa Depan</i>	57
BAB VIII <i>STRATEGIC ROADMAP</i>	59
8.1. <i>Peta Jalan Strategi</i>	59
8.2. <i>Deskripsi Peta Jalan Strategi</i>	60
BAB IX <i>Inventory Report</i>	63
9.1. <i>Laporan Inventory per 31 Desember 2020</i>	63
9.2. <i>Laporan Realisasi Penjualan 1 Januari 2020 – 31 Desember 2020</i>	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.4.1. List Produk Toko Kalimas	10
Tabel 5.2.1. <i>IFE & EFE Matrix</i>	28
Tabel 5.2.2. <i>Grand Strategy Matrix</i>	34
Tabel 6.1.1. <i>Business Model Canvas</i>	36
Tabel 6.2.1. Daftar Supplier Toko Kalimas	49
Tabel 6.2.2. Tabel Pesaing Toko Kalimas	52
Tabel 7.1.1. Tabel Pesaing Langsung	55
Tabel 9.1.1. Tabel Inventory	63
Tabel 9.2.1. Tabel Penjualan Tahun 2020	64



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 6.1.1. Hasil Kuesioner Biodata Konsumen – Jenis Kelamin	41
Diagram 6.1.1. Hasil Kuesioner Biodata Konsumen – Pendidikan Terakhir	42
Diagram 6.1.1. Hasil Kuesioner Biodata Konsumen – Golongan Umur	42
Diagram 6.1.1. Hasil Kuesioner Biodata Konsumen – Profesi	43
Diagram 6.1.1. Hasil Kuesioner Biodata Konsumen – Pendapatan	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3.1. Logo Toko Kalimas	8
Gambar 4.1.1. <i>Strategic Map</i>	23
Gambar 7.1.1. <i>Competitive Map</i>	57
Gambar 8.1.1. Peta Jalan Strategi	59

