

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA “SEGARBOX”
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Oleh



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2025

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA “SEGARBOX” DI KOTA PADANG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta menganalisis strategi pengembangan usaha Segarbox, yang bergerak di bidang pemasaran produk pertanian dan bahan baku pangan, yang berlokasi di Jalan Sisingamangaraja Nomor 42, Kelurahan Gantiang Parak Gadang, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat. Beberapa masalah penting dibahas dalam studi ini yaitu jangkauan pasar yang sempit dan terbatas, harga bahan baku yang berfluktuasi, persaingan yang ketat dan keterbatasan modal. Dengan metode penelitian deskriptif kualitatif serta kuantitatif, penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen strategis untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha. Alat yang digunakan termasuk Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), *External Factor Evaluation* (EFE), Matriks *Internal-External* (IE), dan Matriks *Quantitative Strategic Planning* (QSPM). Berdasarkan perhitungan menggunakan alat-alat perumusan strategi menunjukkan bahwa usaha Segarbox memiliki nilai IFE sebesar 2,534 dan nilai EFE 3,011. Hasil tersebut menempatkan usaha Segarbox pada posisi tumbuh dan membangun berdasarkan matriks IE. Sehingga pilihan strategi alternatif yang muncul berupa: (1) Mengoptimalkan promosi produk terutama produk *ready to cook* secara konsisten melalui pemanfaatan media sosial (2) Mengembangkan kerja sama dengan swalayan dan platform *e-commerce* untuk meningkatkan jangkauan pasar (3) Menjaga loyalitas pelanggan dengan peningkatan kualitas layanan khususnya layanan antar jemput serta menjaga kualitas produk agar tetap segar (4) Meningkatkan legalitas usaha dan efisiensi operasional dengan sistem pencatatan keuangan yang lebih baik. Analisis Matriks QSPM memperoleh nilai total atraktif sebesar 5,265 pada alternatif strategi (3) Menjaga loyalitas pelanggan dengan peningkatan kualitas layanan khususnya layanan antar jemput serta menjaga kualitas produk agar tetap segar.

Kata kunci: EFE, IFE, QSPM, Strategi Pengembangan, SWOT

BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF "SEGARBOX" IN PADANG CITY

Abstract

This research aims to identify the internal and external factors influencing Segarbox and analyze its business development strategy. Segarbox is a company that markets agricultural products and raw materials located in Jalan Sisingamangaraja Number 42, Gantiang Parak Gadang Village, East Padang District, Padang City, West Sumatra. This study discusses several critical issues, including limited market reach, fluctuating raw material prices, fierce competition, and a lack of capital. This study uses a qualitative and quantitative descriptive research approach with a strategic management framework. It evaluates the internal and external factors that affect the business using tools such as the Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix, External Factor Evaluation (EFE), Internal-External (IE) Matrix, and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Based on strategy formulation tool calculations, Segarbox's business has an IFE value of 2.534 and an EFE value of 3.011. These results put Segarbox's business in a position to grow and build based on the IE matrix. Based on the analysis, four alternative strategies were identified: (1) Optimizing consistent product promotion on social media, especially for ready-to-cook items; (2) Partnering with supermarkets and e-commerce platforms to expand market reach; (3) Improving service and ensuring product freshness to maintain customer loyalty; and (4) Enhancing business legality and operational efficiency through a better financial recording system. The most promising strategy, with a total QSPM score of 5.265, is to maintain customer loyalty by consistently improving service and ensuring product quality remains fresh.

Keywords: EFE, IFE, QSPM, Development Strategy, SWOT

