



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MINIMARKET DAILYUS

MUHAMMAD ALVIN AZMI



PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
IPB UNIVERSITY
BOGOR
2025



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Diindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip, sebagian atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengunturkan dan diterbitkan ulang sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Minimarket Dailys” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025



Muhammad Alvin Azmi
K1401211014

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

ABSTRAK

MUHAMMAD ALVIN AZMI. Strategi Pengembangan Bisnis Minimarket DailyUs. Dibimbing oleh NOER AZAM ACHSANI dan ANGGI MAYANG SARI.

Industri ritel modern di Indonesia terus mengalami pertumbuhan. DailyUs merupakan *minimarket* yang dimiliki oleh IPB University dengan target konsumen mahasiswa. Meskipun telah *rebranding* dan alih fungsi manajemen, DailyUs belum berhasil mencapai target penjualan yang ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi *exisiting* perusahaan dengan pendekatan *value chain analysis*, *Porter's five forces*, dan PESTLE, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal melalui matriks IFE dan EFE, merumuskan strategi melalui matriks IE dan SWOT, serta menentukan strategi prioritas menggunakan QSPM. Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan utama DailyUs terletak pada lokasinya yang strategis, sedangkan kelemahan utamanya adalah belum diterapkannya KPI dalam pengelolaan perusahaan. Peningkatan jumlah mahasiswa baru setiap tahun menjadi peluang besar, sementara ketergantungan terhadap aktivitas akademik kampus menjadi tantangan utama. Berdasarkan posisi perusahaan pada matriks IE, DailyUs berada pada kuadran “*hold and maintain*”. Strategi yang diprioritaskan meliputi: memperluas jenis produk, menyesuaikan promo dan diskon dengan aktivitas mahasiswa, integrasi dengan aplikasi *IPB Mobile* dan fitur *WhatsApp community*, kolaborasi dengan organisasi mahasiswa, dan merancang KPI perusahaan.

Kata kunci: formulasi strategi, matriks IFE, matriks EFE, QSPM, ritel modern.

ABSTRACT

MUHAMMAD ALVIN AZMI. Business Development Strategies for DailyUs Minimarket. Supervised by NOER AZAM ACHSANI dan ANGGI MAYANG SARI.

Modern retail industry in Indonesia continues to grow. DailyUs is a minimarket owned by IPB University with students as its target consumers. Despite undergoing rebranding and management shift, DailyUs has not been able to achieve its sales targets. This study aims to analyze the company's current condition using value chain analysis, Porter's five forces, and PESTLE approaches, identify internal and external factors through IFE and EFE matrices, formulate strategies using IE and SWOT matrices, and determine priority strategies using QSPM. Analysis results show that DailyUs' main strength lies in its strategic location, while its main weakness is the lack of KPI implementation in company management. The increasing number of new students each year presents a significant opportunity, while dependency on campus academic activities remains the primary challenge. Based on the company's position in the IE matrix, DailyUs is in the “*hold and maintain*” quadrant. The prioritized strategies include: expanding product types and brands, designing promotions and price discounts tailored to students' activities, integrating with the *IPB Mobile* app and *WhatsApp community* features, collaborating with student's organization, and designing company KPIs.

Keywords: EFE matrix, IFE matrix, modern retail, QSPM, strategic formulation.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MINIMARKET DAILYUS

MUHAMMAD ALVIN AZMI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada ujian Skripsi:

1. Dr. Ir. Rr. Heny Kuswanti Suwarsinah, M.Ec
2. Dra. Alfa Chasanah, M.A



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Bisnis Minimarket Dailys
Nama : Muhammad Alvin Azmi
NIM : K1401211014

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.



Digitally signed by:
Noer Azam Achsani
Date: 5 Agu 2025 11:13:37 WIB
Verify at: dsign@ipb.ac.id

Pembimbing 2:
Anggi Mayang Sari, S.Si, MBA



Digitally signed by:
Anggi Mayang Sari
Date: 5 Agu 2025 11:13:37 WIB
Verify at: dsign@ipb.ac.id

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc. M.Sc.
NIP 197711262008122001



Digitally signed by:
Dr. Siti Jahroh
Date: 5 Agu 2025 11:13:37 WIB
Verify at: dsign@ipb.ac.id

Tanggal Ujian:
21 Juli 2025

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanaahu wa ta'ala atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Minimarket Dailyus” yang dilaksanakan sejak Maret 2025 sampai Juli 2025. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Sekolah Bisnis, Institut Pertanian Bogor. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bantuan moral maupun edukatif kepada penulis. Sebagai bentuk rasa syukur dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S. dan Anggi Mayang Sari, S.Si, MBA. Selaku ketua komisi pembimbing skripsi, dalam melakukan penyusunan skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi selama penulis melaksanakan skripsi.
2. Abak, Muslimin dan Biai, Reni Rabaini selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan, mendukung dan membimbing setiap langkah penulis serta memberikan kasih sayang tulus kepada penulis.
3. Nana, Fauziah Tul Husna dan Titin, Nurhidayatina selaku kakak yang telah memberi dukungan penuh, mendukung setiap keputusan penulis serta mendoakan setiap langkah penulis.
4. Baihaqi, Shanum, dan Launa yang menjadi salah satu penyemangat penulis selama masa perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu dosen pengajar di Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor yang telah ikhlas dan sabar dalam memberikan pemaparan ilmu yang bermanfaat bagi penulis untuk melakukan skripsi dan bermanfaat untuk kehidupan selanjutnya.
6. Seluruh tim DailyUs serta tim Badan Investasi dan Bisnis IPB University yang telah mendukung dan membimbing penulis selama penelitian.
7. Teman – teman penulis, Azriel, Ariella, Arsyilla, Alam, Daniel, Danendra, Diandra, Firman, Indah, Irvan, Rifa, Risaldi, Syahrul yang telah menemani dan mendukung penulis selama masa perkuliahan.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025



Muhammad Alvin Azmi

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Manajemen Strategi	8
2.2 Perumusan Strategi	8
2.3 Industri Ritel	9
2.4 <i>Value Chain Analysis</i>	10
2.5 <i>Porter's Five Forces</i>	10
2.6 <i>PESTLE Analysis</i>	11
2.7 Matriks IFE dan Matriks EFE	11
2.8 Matriks Internal-External (IE)	11
2.9 Matriks <i>Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats</i> (SWOT)	12
2.10 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	12
2.11 Penelitian Terdahulu	13
2.12 Kerangka Pemikiran	16
III METODE	18
3.1 Waktu dan Tempat	18
3.2 Jenis dan Sumber Data	18
3.3 Metode Pengumpulan Data	19
3.4 Metode Penentuan Informan	20
3.5 Metode Pengolahan Data	20
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Kondisi <i>Existing</i> Perusahaan	28
4.2 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan	43
4.3 Perumusan Strategi Alternatif	49
4.4 Penentuan Prioritas Strategi	58
4.5 Implikasi Manajerial	59
V SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	69
RIWAYAT HIDUP	85

DAFTAR TABEL

1	Pertumbuhan penjualan ritel di Indonesia tahun 2022-2024	1
2	Karakteristik ritel modern di Indonesia	2
3	Komparasi transaksi rata-rata harian DailyUs dengan target transaksi rata-rata harian dari Bulan November 2024 – April 2025.	4
4	Komparasi target penjualan DailyUs dengan penjualan yang diterima dari bulan November 2024 – April 2025	5
5	Komparasi penjualan DailyUs antara bulan Januari – April 2024 dengan bulan Januari – April 2025	6
6	Penelitian Terdahulu	13
7	Jenis, sumber, metode dan luaran yang diharapkan	18
8	Daftar Informan	20
9	Tujuan, alat analisis, <i>output</i> penelitian	21
10	Model Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	23
11	Model Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	24
12	Matriks SWOT	25
13	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	26
14	<i>Out-of-stock rate</i> kategori produk yang terjual dari 8 April 2025 – 8 Mei 2025	33
15	Komparasi harga antara DailyUs dengan peritel besar di lingkungan IPB	35
16	Persentase kenaikan pendapatan saat promo diberikan dan pendapatan sebelum promo tidak diberikan	36
17	Faktor-faktor kekuatan DailyUs	43
18	Faktor-faktor kelemahan DailyUs	44
19	Matriks IFE DailyUs	45
20	Faktor-faktor peluang DailyUs	46
21	Faktor-faktor ancaman DailyUs	47
22	Matriks EFE DailyUs	48
23	Matriks SWOT	51
24	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM) DailyUs	59
25	Implikasi Manajerial Strategi Pengembangan DailyUs	59
26	Rekomendasi waktu implementasi strategi	62

DAFTAR GAMBAR

1	Nilai penjualan dari tiap tipe modern ritel di Indonesia dari tahun 2021 sampai dengan 2023 (Angka berdasarkan harga berlaku dalam jutaan USD)	2
2	Peningkatan jumlah minimarket dan <i>convenience store</i> di Indonesia dari 2021 sampai dengan 2023 (Dimodifikasi dari USDA 2024)	3
3	Kerangka penelitian	17
4	Matriks Internal-Eksternal (IE)	25
5	Logo DailyUs	28
6	Tampak depan toko DailyUs sebelum <i>rebranding</i>	29

Tampak depan toko DailyUs setelah <i>rebranding</i>	29
Struktur manajemen DailyUs	30
Alur pemesanan barang DailyUs	31
Alur pemesanan barang atau produk oleh <i>distribution center</i> IPB hingga sampai ke DailyUs	32
Alur transaksi konsumen DailyUs	34
Matriks IE DailyUs	49

DAFTAR LAMPIRAN

1 Lembaran Wawancara Lingkungan Internal	69
2 Lembar Wawancara Lingkungan Eksternal	72
3 Kuesioner Penelitian Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal DailyUs	75
4 Perhitungan Pembobotan Matriks IFE	79
5 Perhitungan Pembobotan Matriks EFE	80
6 Perhitungan Rating Matriks IFE	81
7 Perhitungan Rating Matriks EFE	82
8 Kuesioner QSPM	83