

## RINGKASAN

NAWANGWULAN RATRI DEWI. Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Salon XYZ. Dibimbing oleh Sukardi dan Setiadi Djohar

Meningkatnya perekonomian masyarakat Indonesia menjadikan meningkatnya peluang pertumbuhan bisnis di segala bidang yang cukup menjanjikan. Dunia bisnis saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kondisi ini menjadikan ramainya persaingan usaha. Salah satu jenis usaha jasa yang mengalami peningkatan dengan pesat adalah usaha salon kecantikan.

Kota besar menjadi pendukung tumbuhnya usaha salon, seperti kota Bogoryang merupakan salah satu kota wisata dan kota pendidikan yang memiliki potensi tinggi dalam peningkatan mobilitas wanita, baik yang bekerja ataupun yang mengenyam pendidikan tinggi. Dengan jumlah penduduk sebanyak 1 064 687 yang terdiri dari 540 288 penduduk pria dan 524 399 penduduk wanita. Sebanyak 48.86% jumlah wanita yang bekerja. Tingginya populasi penduduk wanita di kota Bogor merupakan target yang baik untuk bisnis jasa salon. Salah satu salon di kota Bogor yang cukup berkembang adalah Salon XYZ yang mempunyai 11 cabang. Menyusul keberhasilannya, Salon XYZ ingin mengembangkan bisnis salon ke luar kota Bogor.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mendeskripsikan proses bisnis Salon XYZ; 2) mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi Salon XYZ; 3) memformulasikan alternatif strategi pengembangan bisnis di luar kota Bogor; 4) memilih prioritas strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan bisnis Salon XYZ. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah: 1) identifikasi proses bisnis Salon XYZ dengan menggunakan analisis deskriptif; 2) identifikasi faktor internal Salon XYZ menggunakan metode *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan identifikasi faktor eksternal Salon XYZ menggunakan metode *External Factor Evaluation* (EFE), penentuan posisi bisnis Salon XYZ dengan menggunakan matriks *Internal External* (IE); 3) formulasi alternatif strategi menggunakan metode matriks SWOT; 4) perumusan strategi prioritas dengan metode *Quantitative Strategy Planning Matrix* (QSPM). Hasil analisis internal dan eksternal didapatkan posisi Salon XYZ berada pada kuadran II yaitu pada posisi bertumbuh dan membangun, strategi yang harus dilakukan adalah perluasan pasar, perluasan produk dan penetrasi produk. Hasil dari alternatif strategi matriks SWOT, didapatkan prioritas strategi dari QSPM adalah memperluas pangsa pasar dengan membuka outlet di luar kota Bogor yaitu ke Jakarta, Depok, Bandung dan Bekasi.

Kata kunci: EFE, IE, IFE, QSPM, SWOT