



## LAPORAN PENELITIAN

# STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BERBASIS SWOT PADA TOKO CHANDRA

Oleh :

Septian Chandra Wibowo (2012010425)

Edy Djoko S, S.E,M.M (0715106203)

Rino Sardanto, M.P.d (0730127403)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**JULI 2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Berbasis SWOT Pada Toko Chandra
2. Ketua
  - a. Nama Lengkap : Septian Chandra Wibowo
  - b. NPM : 2012010425
  - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
  - d. Alamat Rumah : Dusun Blawe Kulon RT 003 RW 001 Desa Blawe Kecamatan Purwoasri Kabupaten Kediri
  - e. Telp/Hp : 0857-1281-3576
  - f. Email : [septiancandra080@gmail.com](mailto:septiancandra080@gmail.com)
3. Anggota 1
  - a. Nama : Edy Djoko S, S.E,M.M
  - b. NIDN : 0715106203
  - c. Prodi/Fakultas : FEB/Manajemen
4. Anggota 2
  - a. Nama : Rino Sardanto, M.P.d
  - b. NIDN : 0730127403
  - c. Prodi/Fakultas : FEB/Manajemen
5. Jangka Waktu Penelitian : 5 Bulan
6. Pembiayaan
  - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kdiri : -
  - b. Sumber Lain : Rp. 15.000.000
  - Jumlah Seluruhnya : Rp. 15.000.000

Mengetahui,  
Kaprosdi Manajemen



Restin Meilina, M.M.  
NIDN. 0721058605



Kediri, 16 Juli 2024  
Ketua,

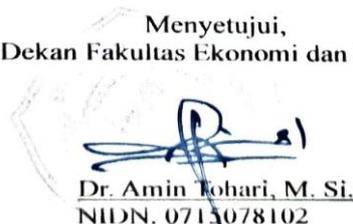


Septian Chandra Wibowo  
NPM. 2012010425

Menyetujui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Amin Tohari, M. Si.  
NIDN. 0713078102



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan laporan penelitian ini dapat diselesaikan. Penyusunan laporan ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

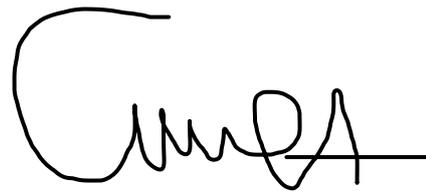
Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulustulusnya kepada:

1. **Keluarga penulis**, yang selalu memberikan dukungan moril maupun material serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan.
2. **Dr. Zainal Affandi, M.Pd.**, selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
3. **Amin Tohari, M.Si.**, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
4. **Restin Meilina, M.M.**, selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
5. **Rino Sardanto, M.Pd**, selaku Dosen Pembimbing satu yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan laporan penelitian.

6. **Edy Djoko S, S.E,M.M**, selaku Dosen Pembimbing dua yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan laporan penelitian.

Disadari bahwa laporan penelitian ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 27 Desember 2023



Septian Chandra Wibowo

NPM: 2012010425

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi peningkatan kualitas pelayanan di Toko Chandra menggunakan pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan pelanggan Toko Chandra. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Chandra memiliki beberapa kekuatan, seperti lokasi strategis, harga kompetitif, dan pelayanan yang ramah. Namun, toko ini juga menghadapi beberapa kelemahan, termasuk kurang cekatan dalam pelayanan kasir, pengelolaan stok yang tidak optimal, dan risiko penjualan barang kadaluarsa. Analisis peluang menunjukkan adanya potensi peningkatan melalui penggunaan teknologi, seperti pembayaran online dan pemesanan via WhatsApp, serta promosi digital yang dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan. Di sisi lain, ancaman dari kompetitor minimarket besar dan perbandingan harga oleh pelanggan menjadi tantangan yang perlu diatasi. Berdasarkan temuan ini, beberapa strategi direkomendasikan, termasuk peningkatan sistem manajemen stok, pelatihan karyawan, dan diversifikasi produk. Implementasi strategi-strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan di Toko Chandra, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta mempertahankan daya saing di pasar. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis dalam memahami bagaimana analisis SWOT dapat diterapkan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan strategi peningkatan pelayanan dalam konteks usaha ritel kecil.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
RINGKASAN .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORI.....	7
A. Kualitas .....	7
B. Pelayanan .....	7
C. Pelanggan .....	8
D. Kualitas Pelayanan Pelanggan .....	8
E. Analisis SWOT .....	9
F. Matrik SWOT .....	11
G. Analisis Faktor Strategi Eksternal (EFAS) .....	13
H. Analisis Faktor Startegi Internal (IFAS) .....	14
BAB III METODELOGI PENELITIAN .....	16
A. Deskripsi Metode Penelitian .....	16
B. Rincian Proses Pengumpulan Data .....	17

C. Sasaran Penelitian .....	18
D. Instrumen Penelitian.....	19
E. Prosedur Analisis Data .....	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	23
A. Hasil Penelitian .....	23
B. Pembahasan.....	27
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	38
A. Kesimpulan .....	38
B. Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA .....	41
LAMPIRAN.....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Penjualan Eceran Indonesia .....	1
Gambar 2. 1 Diagram Analisi SWOT .....	9
Gambar 4. 1 Diagram SWOT .....	33

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Analisis SWOT .....	11
Tabel 2. 2 Analisis EFAS .....	14
Tabel 2. 3 Analisis IFAS .....	15
Tabel 3. 1 Analisis Pertanyaan Untuk Pemilik Dan Karyawan .....	19
Tabel 3. 2 Analisis Pertanyaan Untuk Pelanggan .....	20
Tabel 4. 1 Data Narasumber .....	23
Tabel 4. 2 Hasil Wawancara Dengan Pemilik .....	23
Tabel 4. 3 Hasil Wawancara Dengan Karyawan .....	25
Tabel 4. 4 Hasil Wawancara Dengan Pelanggan.....	26
Tabel 4. 5 Analisis IFAS .....	27
Tabel 4. 6 Analisis EFAS .....	30
Tabel 4. 7 Matriks Analisis SWOT .....	35

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian .....	44
Lampiran 2 Surat Balasan .....	45
Lampiran 3 Informan Conset .....	46
Lampiran 4 Instrumen Penelitian .....	49
Lampiran 5 Transkripsi Wawancara.....	50
Lampiran 6 Dokumentasi .....	54
Lampiran 7 Artikel Yang Dipublikasikan .....	55

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bisnis retail adalah bisnis yang menjual barang secara retail kepada konsumen akhir dengan berbagai bentuk outlet seperti toko serba ada, pasar, kios, gudang retail, dan lain-lain. Secara garis besar, ada dua jenis ritel di Indonesia, yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Contoh yang termasuk dalam ritel tradisional adalah pasar tradisional, warung, dan toko kelontong. Sementara yang termasuk dalam ritel modern antara lain supermarket, toko serba ada, butik, pusat perdagangan, dan mall (Berita Bisnis, 2023). Berbagai macam jenis toko ritel di Indonesia, akan tetapi pertumbuhan penjualan ritel dari 2022-06 ke 2023-05 mengalami penurunan berikut penjelasannya dalam grafik:



Gambar 1. 1 Pertumbuhan Penjualan Eceran Indonesia  
Sumber : Ceicdata.com

Berdasarkan data di atas, pertumbuhan penjualan eceran Indonesia adalah 0,0% pada 2023-05. Hal ini turun dibanding sebelumnya yaitu 1.5 % untuk 2023-04. Data pertumbuhan penjualan eceran Indonesia diperbarui bulanan, dengan rata-rata 7.9 % dari 2011-01 sampai 2023-05, dengan 149

observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 28.2 % pada 2013-12 dan rekor terendah sebesar -20.6 % pada 2020-05 (E. M. G. Company, 2021). Senada, Ekonom Mandiri Faisal Rachman menjelaskan Indeks Penjualan Eceran Mei 2023 turun secara bulanan akibat normalisasi pascapandemi April 2023 (R. Company, 2023).

Dalam mengatasi penurunan penjualan, pelaku usaha toko kelontong dapat mengembangkan usahanya melalui inovasi teknologi, sehingga dapat menjangkau sektor usaha yang lebih luas terutama di masa pandemi yang sedang berlangsung. Perubahan budaya konsumsi juga terpengaruhi di mana masyarakat lebih memilih berbelanja dari rumah daripada langsung datang ke toko. Untuk mengatasi hal tersebut inovasi dapat menjadi bahan diskusi bagi pelaku usaha.

Salah satu toko kelontong yang berada di Desa Blawe Kulon, Kabupaten Kediri adalah Toko Chandra yang merupakan salah satu toko yang menjadi objek penelitian. Toko ini menjual berbagai macam kebutuhan pokok mulai dari minyak, telur, beras, kopi, gula, dan sebagainya. Seiring berjalannya waktu, Desa Blawe, Kecamatan Purwoasri, Kabupaten Kediri, kini ditandai dengan banyaknya kios toko kelontong. Kehadiran banyak toko-toko tersebut mendorong para pelaku usaha untuk mengatur strategi yang tepat untuk menciptakan daya saing, mempertahankan bisnis, dan menghadapi tantangan masa depan. Berikut sejumlah toko kelontong di Desa Blawe, Kecamatan Purwoasri, Kabupaten Kediri.

Tabel 1

## Toko Kelontong yang dekat dengan Toko Chandra

No	Nama Toko Kelontong	Alamat
1	Toko Chandra	Jalan Blawe Kulon
2	Toko Mbak Kun	Jalan Blawe Kulon
3	Toko Pak Sigit	Jalan Blawe Kulon
4	Toko Mas Agus	Jalan Blawe Etan
5	Toko Tuan Sam	Jalan Blawe Mereka
6	Toko Mas Irmu	Jalan Blawe Kidul
7	Toko Bunga	Jalan Blawe Etan

Sumber : Dokumen pribadi

Daftar Toko Kelontong yang disebutkan mencerminkan persaingan pasar yang dihadapi oleh Toko Chandra, terutama dengan pesaing seperti Toko Mbak Kun, Toko Bapak Sigit, dan Toko Mas Agus yang berlokasi di dekatnya. Pesaing ini menjadi ancaman bagi pemilik bisnis karena selain memiliki lokasi yang serupa, mereka juga menyediakan fasilitas yang sebanding, seperti kipas angin, dan memberikan pelayanan yang baik. Seiring bertambahnya jumlah toko kelontong yang berdiri, persaingan semakin memperkuat posisinya. Toko kelontong yang tidak dapat mempertahankan pangsa pasar mereka berisiko kalah dalam persaingan. Saat ini, konsumen cenderung lebih selektif dalam memilih toko kelontong sebagai tempat berbelanja.

Perlunya sebuah inovasi agar usaha Toko Chandra memiliki pelanggan yang tetap. Salah satu inovasi tersebut yakni pelayanan pelanggan yang berkualitas menjadi kunci dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada, tetapi juga dalam menarik pelanggan baru. Pelayanan pelanggan di

Toko Chandra masih sederhana, sekedar menyapa dan menanyakan kebutuhan yang akan dibeli. Dari pelayanan tersebut Toko Chandra masih kurang dalam melayani kebutuhan pelanggan. Pelayanan pelanggan sangatlah penting karena dapat menentukan kepercayaan pelanggan. Pentingnya pelayanan pelanggan yang berkualitas juga dapat tercermin dalam dampak jangka panjangnya terhadap pertumbuhan dan kesuksesan bisnis Toko Chandra. Dengan membangun loyalitas pelanggan yang kuat, Toko Chandra tidak hanya memastikan pendapatan yang stabil dari pelanggan yang kembali, tetapi juga membuka pintu untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan

Pelayanan merupakan evaluasi pengamatan konsumen dan kepuasan konsumen dapat diketahui jika konsumen sudah menggunakan suatu jasa (Rino, 2020). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Putra et al., 2021) membuktikan pelayanan pelanggan yang positif dan memuaskan dapat menciptakan pelanggan tetap. Pelayanan pelanggan bukan hanya sekedar upaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga merupakan investasi dalam membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan. Ketika pelanggan merasa dihargai dan didengar, mereka cenderung merasa lebih terikat dengan merek tersebut. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, pelayanan pelanggan yang berkualitas menjadi kunci untuk membedakan Chandra Store dari pesaingnya. Pelanggan tidak hanya mencari produk atau layanan yang baik, tetapi juga pengalaman yang menyenangkan dan berkesan. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dibutuhkan sebuah analisis

perencanaan sebagai strategi bisnis. Kebutuhan akan analisis dalam perencanaan strategi dapat membantu Toko Chandra mengembangkan jangkauan pasar.

Salah satu alat analisis yang dapat membantu adalah SWOT. Analisis ini dapat memberikan manfaat bagi Toko Chandra dalam merencanakan kualitas usahanya (kekuatan) dan kekurangan (kelemahan) usahanya. Selain itu, analisis SWOT juga digunakan untuk merencanakan potensi/peluang (*opportunity*) terbuka bahkan hal-hal yang merugikan atau mengancam bisnis (*threat*) (Syah et al., 2021). Dengan melakukan analisis SWOT Toko Chandra dapat membuat perbandingan dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan internal maupun peluang dan ancaman eksternal. Berberapa penelitian yang relevan, pertama penelitian dilakukan oleh (Lestari & Sardanto, 2021) bahwa analisis SWOT sangat Penting dalam menentukan strategi perusahaan dan memungkinkan pemilik usaha untuk mengembangkan bisnisnya dengan lebih baik. Kedua analisis SWOT yang telah dilakukan oleh (Maximillian et al., 2022) berhasil menciptakan keunggulan kompetitif. Keunggulan tersebut dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan bisnis, serta peluang dan ancaman di lingkungan eksternal yang mungkin berdampak pada kepuasan pelanggan. Ketiga, peneliti yang dilakukan oleh (Annisa, 2020) analisis SWOT dapat membantu dalam meningkatkan kualitas pelayanan karena melibatkan faktor internal dan eksternal yang penting dalam strategi bisnis. Oleh karena itu, berdasarkan uraian data diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian

dengan judul Analisis Optimalisasi Strategi SWOT Untuk Meningkatkan Nilai Tambah Kualitas Pelayanan Pelanggan Di Toko Chandra.

## **B. Tujuan Penelitian**

1. Untuk dapat mengoptimalkan kekuatan dalam mengatasi kelemahan pada bisnis yang dijalankan melalui analisis SWOT.
2. Untuk membantu Toko Chandra dalam merancang model bisnis yang inovatif serta efektif untuk menghadapi peluang dan mengatasi ancaman dalam lingkungan dari pesaing bisnisnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, M. L. (2020). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Berbasis SWOT Pada Online Store Shopee. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 199–210. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.305>
- Ariani, D. wahyu. (2021). *Manajemen Kualitas* (2nd ed.). Universitas Terbuka. [http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/12996/1/2020-ARIANI-MANAJEMEN\\_KUALITAS.pdf](http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/12996/1/2020-ARIANI-MANAJEMEN_KUALITAS.pdf)
- Berita Bisnis. (2023). *Bisnis Ritel: Pengertian, Jenis, dan Tip Memulainya*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/berita-bisnis/bisnis-ritel-pengertian-jenis-dan-tip-memulainya-207OuvH5bJM/full>
- Company, E. M. G. (2021). *Indonesia Pertumbuhan Penjualan Ritel*. CEIC Data.
- Company, R. (2023). *Ritel Terpuruk & Penjualan Hancur, Ternyata Ini Penyebabnya*. Cnbc Indonesia.
- Dr. Teddy Chandra, SE., MM Stefani Chandra, B.Bus.Com, MIB Layla Hafni, S. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *Cv Irdh*.
- Hery, Purnomo. Rino, S., & Muslih, B. (2020). Signifikasnsi Harga, Fasilitas dan Layanan pada Tingkat Kepuasan Konsumen Hotel di Diagram Scatter. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 419. <https://scholar.google.co.id/citations?user=pDQGWAQAAAAJ&hl=en>

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. UNITOMO PRESS.
- Lestari, A. D., & Sardanto, R. (2021). Implementasi SWOT Dan Business Model Canvas Guna Terciptanya Keunggulan Kompetitif Produk Pada Barelo Cafe Nganjuk. *SENMA (Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri ANALISIS)*, 880–892.  
<https://scholar.google.co.id/citations?user=pDQGWAQAAAAJ&hl=en>
- Maximillian, S., Ayu Septi Fauji, D., & Sardanto, R. (2022). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dan Menciptakan Competitive Advantages Pada Produk Sambel Pecel. *SENMA (Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri ANALISIS)*, 23-30.  
<https://scholar.google.co.id/citations?user=pDQGWAQAAAAJ&hl=en>
- Putra, Y., Fa, S., Sardanto, R., & Hadi, D. K. (2021). Analisis Store Atmosphere, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffee Shop BELIKOPI Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi, Vol. 6*, 1–4.  
<https://scholar.google.co.id/citations?user=pDQGWAQAAAAJ&hl=en>
- Rachman, M. (2021). Manajemen Pelayanan Publik. In T. Media (Ed.), *CV. Tahta Media Grup* (Cetakan pe, Vol. 6, Issue 1).  
<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>  
<http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055>  
<https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.20>

19.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1

Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Roro, Prahesty . Subagyo. Sardanto, R. (2021). CANVAS, IMPLEMENTASI INOVASI PRODUK INDUSTRI KREATIF DALAM MENINGKATKAN COMPETITIVE ADVANTAGE MELALUI PENDEKATAN BUSINESS MODEL KEDIRI), (STUDI KASUS PADA TENUN IKAT BANDOEL DI KELURAHAN BANDAR KIDUL KOTA. *SIMKI.UNPKEDIRI.Ac.Id*, 53(February), 2021.

<https://doi.org/10.1080/09638288.2019.1595750%0Ahttps://doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728%0Ahttp://dx.doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ridd.2020.103766%0Ahttps://doi.org/10.1080/02640414.2019.1689076%0Ahttps://doi.org/>

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

Syah, R. F., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 62–72.

<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.364>

Wijaya, C., S, A., & Hasanah, W. (2018). Pelanggan dan Kepuasan. *Jurnal Dharmawangsa*, 16–25.