

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS RITEL PADA PT  
SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK (CABANG CIANJUR)  
MENGGUNAKAN METODE A'WOT**

**SKRIPSI**

**INTEUN HERLINA**

**20210080107**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN  
UNIVERISTAS NUSA PUTRA  
SUKABUMI  
2025**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS RITEL PADA PT  
SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK (CABANG CIANJUR)  
MENGGUNAKAN METODE A'WOT**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai Derajat Strata Satu  
(S-I)*

**INTEUN HERLINA**  
**20210080107**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA  
SUKABUMI  
2025**

## PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS RITEL PADA PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK (CABANG CIANJUR) MENGGUNAKAN METODE A'WOT

NAMA : INTEUN HERLINA

NIM : 20210080107

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti- bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.



Penulis

## PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS RITEL PADA PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK (CABANG CIANJUR) MENGGUNAKAN METODE A'WOT

NAMA : INTEUN HERLINA

NIM : 20210080107

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Pengaji pada Sidang Skripsi tanggal 28 Juli 2024. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen.

Sukabumi, 28 Juli 2025

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

Riyan Mirdan Faris, M.Si  
**NIDN: 041906402**

Marina, M.Pd., M.M.  
**NIDN: 0404039601**

Ketua Pengaji

Ketua Program Studi Manajemen



Andri Ardhiyansyah, MBA  
**NIDN: 0428049204**

Ana Yuliana Jasuni, M.M.  
**NIDN: 0414079101**

Plh. Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan

CSA Teddy Lesmana, S.H., M.H.  
**NIDN: 04140580705**

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karya ini penulis persembahkan sebagai wujud kecil dari perjuangan panjang, kerja keras, doa yang tak henti, serta cinta dan dukungan dari banyak pihak yang luar biasa berarti dalam perjalanan hidup penulis. Karya sederhana ini penulis persembahkan secara khusus kepada:

1. Tuhan semesta alam, yang dengan kasih dan kuasa-Nya telah memberikan penulis kesempatan, kekuatan, kesehatan, serta kesabaran dalam menyelesaikan setiap proses kehidupan ini hingga karya ilmiah sederhana ini dapat disusun.
2. Kedua orangtua tercinta, yang telah menjadi pilar utama dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, perjuangan, dan keteladanan yang tak pernah lekang oleh waktu. Segala keberhasilan yang penulis raih merupakan hasil dari cucuran keringat dan cinta kalian yang tanpa syarat. Semoga karya ini menjadi salah satu buah manis dari semua harapan dan doa kalian terhadap penulis.
3. Keluarga besarku, terima kasih atas semangat dan kehangatan yang kalian berikan, atas kebersamaan yang menjadi tempat saya berteduh, serta atas doa yang senantiasa menyertai langkah ini.
4. Sahabat-sahabatku sejak SMP, SMK serta kelas MN21D. Untuk setiap tawa di tengah tekanan, diskusi yang tak ada habisnya, dan kebersamaan yang selalu menguatkan. Terima kasih karena telah menjadi bagian dari perjalanan ini, dalam segala suka dan duka.
5. Tentunya untuk diri sendiri dengan pemilik nama Inteun Herlina. Terima kasih karena telah terus melangkah, meski tidak selalu mudah. Terima kasih sudah terus berproses meski jalannya penuh dengan tantangan, rasa lelah, dan juga keraguan.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal serta eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan bisnis Alfamart (Cabang Cianjur), merumuskan alternatif strategi pengembangan untuk Alfamart (Cabang Cianjur) dan menganalisis prioritas dari alternatif strategi pengembangan bisnis pada Alfamart (Cabang Cianjur). Penelitian ini berjenis *Mix Methode* (gabungan) dengan menggunakan metode pengolahan dan analisis data menggunakan A'WOT (AHP-SWOT).

Hasil dari penelitian diperoleh 9 faktor internal dan 9 faktor eksternal yang menghasilkan 10 alternatif strategi dalam pengembangan bisnis Alfamart (cabang Cianjur). Berdasarkan hasil AHP, didapatkan tiga prioritas strategi yaitu SO1 (Memperluas jaringan toko di lokasi yang strategis dan potensial) memperoleh skor tertinggi yakni 22,6%. SO 3 (Menambahkan sistem pemesanan online (SAPA) untuk toko *franchise* Alfamart (cabang Cianjur)) dengan total skor 12,7% dan strategi terakhir yaitu WO1 (Meningkatkan pelayanan yang konsisten dengan pelatihan bagi karyawan dan memastikan standar pelayanan di cabang Cianjur), dengan skor 12,2%.

**Kata Kunci :** AHP, Alfamart, Strategi Pengembangan, SWOT.



## **ABSTRACT**

*This research aims to identify the internal and external factors that influence the business development strategy of Alfamart (Cianjur Branch), formulate alternative development strategies, and analyze the priorities of those strategies. The research employs a mixed-methods approach, combining both qualitative and quantitative methods, using the A'WOT technique a combination of SWOT analysis and the Analytical Hierarchy Process (AHP).*

*The results of the study obtained 9 internal factors and 9 external factors that resulted in 10 alternative strategies in developing the Alfamart business (Cianjur branch). Based on the AHP results, three strategic priorities were obtained, namely SO1 (Expanding the store network in strategic and potential locations) obtained the highest score of 22.6%. SO 3 (Adding an online ordering system (SAPA) for Alfamart franchise stores (Cianjur branch)) with a total score of 12.7% and the last strategy, namely WO1 (Improving consistent service with training for employees and ensuring service standards at the Cianjur branch), with a score of 12.2%. **Keywords:**(AHP), Alfamart, Business Development Strategy, SWOT.*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat, nikmat, dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Bisnis Ritel Pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Cabang Cianjur) Menggunakan Metode A'WOT". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan, Universitas Nusa Putra Sukabumi. Penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, doa, dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rezeki, umur, kemudahan dan segala karunia yang telah diberikan tanpa henti kepada penulis.
2. Bapak Dr. Kurniawan, S.T., M.Si., M.M selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Bapak Samsul Pahmi, S.Pd., M.M. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Ibu Ana Yuliana Jasuni, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
5. Bapak Riyan Mirdan Faris, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan sabar membimbing, memberikan masukan, dan terus mendorong penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Marina, M. Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang juga banyak memberikan arahan, koreksi, serta dukungan yang sangat berarti.
7. Bapak Andri Ardhiyansyah, MBA. selaku dosen ketua penguji, ibu Nia Sonani, M.M. selaku dosen penguji ke satu dan bapak Kalfajrin Kurniaji, M.M., MBA. selaku dosen penguji kedua.
8. Jajaran dosen Program Studi Manajemen, yang telah membagikan ilmu dan pengalaman berharga selama penulis menjalani masa perkuliahan.

9. Ibu Cicih dan Bapak Hilman Abdurrahman, sebagai orang tua yang selalu menjadi sumber kekuatan bagi penulis yang telah memberikan doa, kasih sayang yang tidak pernah habis. Terima kasih atas segala pengorbanan dan dukungan yang tak pernah ternilai.
10. Bapak Hendi, sebagai orang tua yang menjadi sumber kekuatan bagi penulis juga.
11. Jajaran Pakar yakni Bapak Yoedani, M.M. selaku pakar perwakilan di bidang Akademik, Ibu Imas Mediawati selaku pakar dari bidang Pemerintah dan Bapak Muhammad Musa Firdaus selaku pakar dari bidang Praktisi yang telah meluangkan waktu dan berbagi informasi yang sangat membantu dalam penelitian ini.
12. Rekan seperjuangan yaitu Syintia Meilinda Sukma dan Sabila Zoharah yang selalu ada dalam memberi semangat, membantu memotivasi, memberi dukungan, dan menjadi tempat berbagi dalam setiap proses pembuatan penelitian ini.
13. Rekan seperjuangan kelas MN21D yang senantiasa membantu dan juga menemani masa-masa perkuliahan yang tidak akan pernah terlupakan.
14. Kepada seluruh rekan kerja penulis yang pernah satu tempat dengan penulis yakni di 2I9F, 2JE6, X030<sup>AN</sup>, dan 2J24 yang dengan pengertiannya telah memberikan kelonggaran waktu dan ruang kepada penulis selama proses perkuliahan sampai dengan penyusunan penelitian ini.
15. Kepada Straykids selaku amunisi penulis di saat suka dan duka, yang selalu menemani penulis dimasa-masa remaja hingga saat ini,

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya dalam bidang pengembangan strategi bisnis ritel.

Sukabumi,

Inteun Herlina

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

---

Sebagai civitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inteun Herlina  
NIM : 20210080107  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Tugas Akhir / Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS RITEL PADA PT SUMBER ALFARIA TRIJAYA TBK (CABANG CIANJUR) MENGGUNAKAN METODE A’WOT”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Sukabumi

Pada tanggal : Agustus 2025

Yang Menyatakan

Inteun Herlina

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	i
<b>ABSTRACT.....</b>	ii
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN .....</b>	v
<b>DAFTAR ISI .....</b>	vi
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	viii
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	ix
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	x
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	11
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	11
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	16
<b>1.3 Batasan Masalah.....</b>	17
<b>1.4 Tujuan Penelitian.....</b>	17
<b>1.5 Manfaat Penelitian.....</b>	18
<b>1.6 Sistematika Penulisan.....</b>	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	20
<b>2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	20
<b>2.2 Kajian Pustaka.....</b>	24
<b>2.2.1 Manajemen Strategi.....</b>	24
<b>2.2.2 Strategi .....</b>	25
<b>2.2.3 Strategi Pengembangan Bisnis.....</b>	26
<b>2.2.4 Analisis A'WOT .....</b>	27
<b>2.2.5 Bisnis Ritel .....</b>	30
<b>2.2 Alur Penelitian .....</b>	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	33
<b>3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....</b>	33
<b>3.2 Jenis dan Sumber Data.....</b>	33
<b>3.3 Metode Pengambilan Data.....</b>	34
<b>3.4 Metode Analisis Data.....</b>	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	39

<b>4.1 Profil Perusahaan.....</b>	<b>39</b>
<b>4.2 Analisis SWOT .....</b>	<b>39</b>
<b>4.2.1 Faktor Internal dan Eksternal Alfamart (Cabang Cianjur).....</b>	<b>39</b>
<b>4.2.2 Analisis Hasil Faktor Internal dan Faktor Eksternal.....</b>	<b>46</b>
<b>4.2.3 Analisis Matriks IE .....</b>	<b>48</b>
<b>4.3 Matriks SWOT.....</b>	<b>48</b>
<b>4.4 Penentuan Strategi Alternatif menggunakan AHP .....</b>	<b>50</b>
<b>4.5 Pembahasan Strategi Terpilih .....</b>	<b>57</b>
<b>4.6. Implikasi Manajerial .....</b>	<b>59</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>60</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>61</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN 1. KUISIONER ANALISIS SWOT.....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN 2. JAWABAN PAKAR.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN 3. DOKUMENTASI .....</b>	<b>79</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Jumlah Gerai Bisnis Ritel Indonesia.....</b>	<b>12</b>
<b>Tabel 3.1 Skala Perbandingan Saaty .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 3.2 Nilai <i>Random Index</i>.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4.1 Matrik IFE Alfamart (Cabang Cianjur) .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4.2 Matriks EFE Alfamart (Cabang Cianjur).....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4.3 Analisa Matrik SWOT .....</b>	<b>49</b>



## **DAFTAR GRAFIK**

<b>Grafik 1.1 Pertumbuhan Jumlah Gerai Bisnis Ritel di Indonesia.....</b>	<b>13</b>
<b>Grafik 1.2 Pendapatan Alfamart dan Indomaret dari Tahun 2019-2023 .....</b>	<b>13</b>
<b>Grafik 1.3 Jumlah Gerai Alfamart (Cabang Cianjur) dan Indomaret (Cabang Bogor I) Tahun 2024.....</b>	<b>14</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1 Matriks IE (<i>Internal-Exsternal</i>) .....</b>	<b>29</b>
<b>Gambar 2.2 Alur Penelitian.....</b>	<b>32</b>
<b>Gambar 3.1 Matrik SWOT .....</b>	<b>35</b>
<b>Gambar 3.2 Hierarki A'WOT.....</b>	<b>36</b>
<b>Gambar 3.3 Kuisioner Perbandingan.....</b>	<b>36</b>
<b>Gambar 3.4 Matriks Perbandingan Berpasangan .....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 3.5 Rumus Konsistensi .....</b>	<b>38</b>
<b>Gambar 4.1 Matriks IE Alfamart (Cabang Cianjur) .....</b>	<b>48</b>
<b>Gambar 4.2 Hierarki A'WOT.....</b>	<b>50</b>
<b>Gambar 4.3 Kuisioner Perbandingan Antar Kriteria .....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar 4.4 Prioritas Strategi.....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 4.5 <i>Consolidated Result</i>.....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 4.6 <i>Decision Matrix</i>.....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 4.7 CR.....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 4.8 <i>Eigen Value</i>.....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 4.9 Hierarki AHP .....</b>	<b>56</b>



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Bisnis ritel merupakan bisnis yang termasuk ke dalam salah satu pilar utama dalam lingkungan perdagangan global, yang berperan penting dalam menyediakan barang serta layanan kepada *end* konsumen. Di tengah perubahan pasar yang terus berkembang, bisnis ritel harus beradaptasi dengan tren dan *preferensi* konsumen yang berkembang serta mengembangkan strategi inovatif untuk mempertahankan daya saing (Raynard et al., 2024). Dalam dunia ritel, persaingan merupakan hal yang akan selalu ada. Baik persaingan antara peritel tradisional dan peritel modern, ataupun antar sesama peritel modern (Yayang et al., 2024).

Persaingan ini merupakan upaya untuk menentukan posisi suatu perusahaan pada lingkup persaingan bisnis. Persaingan juga terjadi karena adanya satu atau lebih perusahaan yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan kapabilitas maupun sumber daya yang ada pada masing-masing perusahaan (Ambarwati Nurita, 2023). Untuk mempertahankan daya saing, dapat dilakukan dengan cara mempertahankan serta meningkatkan penjualan melalui mencari pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, serta upaya menguasai pasar. Oleh karena itu, perlu diterapkan strategi bisnis yang matang untuk mempertahankan posisi perusahaan di pasar (Ningsih et al., 2024).

Strategi perusahaan bertujuan untuk mencapai tiga hal yaitu *growth* (pertumbuhan), *stability* (stabilitas), dan *subtraction* (pengurangan). Suatu perusahaan bisa mengembangkan strateginya untuk menghadapi ancaman dari luar (eksternal) untuk meraih peluang bisnis yang ada (Febriyanti et al., 2023). Menurut (Ase et al., 2024) strategi perusahaan dibedakan menjadi tiga strategi, yaitu strategi pemasaran, strategi bertahan dan strategi pengembangan. Strategi pengembangan merupakan sekumpulan kebijakan, tujuan, aktivitas dan perencanaan perusahaan untuk mencapai kesuksesan serta mempertahankan kelangsungan dan mengidentifikasi kesempatan bisnis di pasar. Strategi dalam pengembangan bisnis harus memiliki 4 komponen yakni *eligibility* (kelayakan), *superiority* (keunggulan), *suitability* (kesesuaian) dan juga *consistency* (konsisten). Strategi pengembangan

dalam bisnis dapat membantu menjelaskan mengenai tujuan, sasaran, strategi, serta tindakan yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dalam jangka panjang di masa depan. Hal ini juga memuat analisis mengenai situasi internal dan eksternal perusahaan, serta evaluasi kinerja dan risikonya (Duwi Purwandari et al., 2024)

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Gerai Bisnis Ritel Indonesia**

Jumlah Gerai Bisnis Ritel di Indonesia			
Nama Perusahaan	2021	2022	2023
Indomaret	19472	21125	22196
Alfamart	16492	17813	19087
Alfamidi	1999	2121	2186
Superindo	200	210	232
Circle K	348	360	487
Guardian	281	322	346
Yomart	289	210	231

Sumber : Paparan Publik Alfamart 2024 dan Scribd

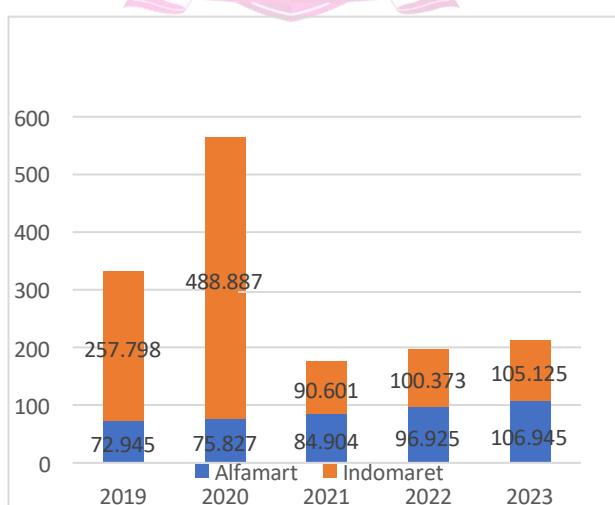
Berdasarkan data pada paparan publik Alfamart pada tahun 2021, 2022, 2023 di atas, dapat diketahui bahwa pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia semakin meningkat dengan ditunjukkannya pertumbuhan jumlah gerai bisnis ritel dari tahun 2021, 2022, dan 2023. Pertumbuhan jumlah banyaknya gerai dipimpin oleh Indomaret dengan jumlah gerai sebanyak 22.196 gerai yang kemudian disusul oleh Alfamart sebanyak 19.087 gerai dan Alfamidi sebanyak 2.186 gerai. Berikut diagram banyaknya jumlah gerai bisnis ritel dari tahun 2021, 2022, 2023.



**Grafik 1.1 Pertumbuhan Jumlah Gerai Bisnis Ritel di Indonesia**

Sumber: Paparan Publik Alfamart 2024 dan Scribd

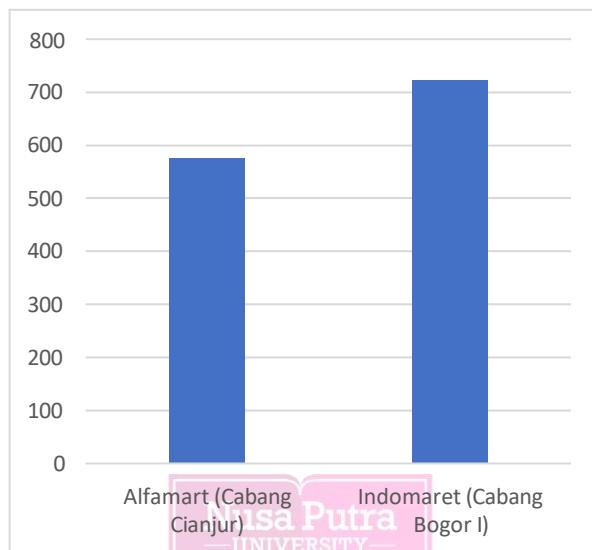
Meskipun gerai Indomaret dan Alfamart memiliki jumlah gerai yang lebih banyak, dapat di lihat pada diagram di atas bahwa Alfamidi, Superindo, Circle K, Guardian, dan Yomart juga setiap tahunnya mengalami pertumbuhan. Sehingga banyaknya jumlah gerai bisnis ritel di sekitar lokasi bisnis yang sama dapat menyebabkan terjadinya persaingan bisnis yang semakin kompetitif (Yayang et al., 2024).



**Grafik 1.2 Pendapatan Alfamart dan Indomaret dari Tahun 2019-2023**

Sumber : Paparan Publik Alfamart 2024 dan Laporan Keuangan Indomaret tahun 2022, 2023

Berdasarkan data keuangan dari Alfamart dan Indomaret, pendapatan yang dihasilkan oleh Alfamart masih tertinggal dibandingkan Indomaret. Meski begitu, pendapatan yang dihasilkan oleh Alfamart menunjukkan kenaikan setiap tahunnya. Hal ini bisa dilihat dengan pendapatan yang dihasilkan Alfamart pada tahun 2023 sebesar Rp.106,945 Juta lebih besar dibandingkan dengan Indomaret sebesar Rp.105,125 Juta. Namun pendapatan tersebut hanya selisih sebesar Rp.1.820 Juta.



**Grafik 1.3 Jumlah Gerai Alfamart (Cabang Cianjur) dan Indomaret (Cabang Bogor I) Tahun 2024**

Sumber : Internal Perusahaan

Berdasarkan Grafik 1.3 di atas, dapat diketahui bahwa Alfamart (Cabang Cianjur) pada tahun 2024 memiliki jumlah gerai sebanyak 577 gerai selisih sebanyak 147 gerai yang dimana Indomaret (Cabang Bogor I) pada tahun 2024 memiliki jumlah gerai sebanyak 724 gerai. Alfamart Cabang Cianjur sendiri mencakup wilayah Kota dan Kabupaten Sukabumi dan Cianjur serta Kabupaten Bogor. Sedangkan Indomaret Cabang Bogor I mencangkup Kota dan Kabupaten Sukabumi dan Cianjur serta Kota Bogor.

PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) merupakan salah satu perusahaan ritel di Indonesia yang berbentuk minimarket. Alfamart merupakan salah satu dari banyaknya perusahaan ritel nasional di Indonesia yang bergerak dalam bidang perdagangan umum, yang menyediakan jasa dan produk (kebutuhan pokok dan juga kebutuhan sehari-hari) dengan menggunakan nama “Alfamart” sebagai mereknya (Sindi Anita et al., 2024). Alfamart mempunyai visi menjadi

jaringan distribusi ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global. Serta misi memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan dan produk yang terbaik, berusaha menjadi perusahaan yang unggul dalam setiap aspek, serta menjunjung tinggi etika bisnis. Selain itu, Alfamart berkomitmen untuk berkontribusi dalam pembangunan negara dengan mendorong semangat kewirausahaan serta kemitraan bisnis. Alfamart juga berusaha untuk menjadi organisasi global yang dapat dipercaya, sehat, berkembang, serta memberikan manfaat untuk para pelanggan, para pemasok, para karyawan, para pemegang saham, serta masyarakat luas. ([alfamart.co.id](http://alfamart.co.id)).

Menjadi salah satu bisnis ritel terbesar yang ada di Indonesia, membuat Alfamart menghadapi persaingan yang semakin kompetitif sehingga dibutuhkannya strategi untuk mempertahankan (Nurul Fauziah et al., 2024). Menurut Presiden Direktur Alfamart, Anggara Hans Prawira, agar perputaran bisnis tetap terjaga Alfamart memanfaatkan teknologi seperti tablet untuk mengurangi penggunaan kertas dalam laporan transaksi di seluruh jaringan toko. Selain itu, dalam menghadapi penurunan daya beli, perusahaan menerapkan berbagai strategi, seperti menambah jumlah gerai untuk meningkatkan volume penjualan, memanfaatkan teknologi informasi, mengembangkan bisnis di pasar luar negeri, serta menaikkan harga jual sebagai strategi terakhir. ([alfamart.co.id](http://alfamart.co.id)).

Berdasarkan dengan masalah yang dihadapi oleh Alfamart, diperlukan upaya untuk memaksimalkan serta mengembangkan strategi bisnis berdasarkan keadaan bisnis yang dialami perusahaan (Fitriani et al., 2023). Untuk mengembangkan strategi perlu digunakannya analisis SWOT yang membantu untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan, serta AHP yang dapat membantu untuk menilai bobot pendukung keputusan strategi (Hartono et al., 2024). Sehingga, penelitian ini akan menggabungkan metode analisis A'WOT yaitu gabungan antara AHP (*Analytical hierarchy process*), dan Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*). Dimana analisis SWOT digunakan untuk menganalisis faktor internal serta eksternal pada perusahaan dengan menentukan faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknes*), peluang

(opportunity) dan ancaman (threats) bagi perusahaan, yang kemudian dikombinasikan dengan metode AHP untuk menentukan dan pengambilan keputusan dalam menentukan prioritas strategi (Hartono et al., 2024).

Banyak penelitian sebelumnya yang mengintegrasikan metode analisis A'WOT ini, yang diantaranya adalah penelitian oleh Zahira et al., (2024) dengan hasil bahwa faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap strategi pengembangan bisnis PT Buana Boga Catering adalah faktor kualitas SDM (sumber daya manusia) yang dimiliki oleh PT Buana Boga Catering sendiri. Serta penelitian yang dilakukan oleh Hartono (2024) pada PT. Spindo Tbk. (PT. Steel Pipe Industri Of Indonesia ) yang mengintegrasikan metode analisis A'WOT dengan hasil alternatif strategi yang diperoleh adalah SO 1 yaitu mempertahankan kualitas produk yang unggul, didukung oleh teknologi produksi dan infrastruktur, inovasi , acuan standar nasional dan internasional dalam proses produksi, pelayanan customer yang responsive untuk mendapatkan penilaian positif dari konsumen dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk.

Dengan penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor internal serta eksternal pada Alfamart (Cabang Cianjur) yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan serta dapat memberikan prioritas yang jelas mengenai strategi pengembangan bisnis yang terbaik bagi Alfamart (Cabang Cianjur) sehingga Alfamart (Cabang Cianjur) dapat menghadapi para kompetitornya. Oleh karena itu untuk menetapkan strategi pengembangan yang paling tepat untuk Alfamart (Cabang Cianjur), maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Bisnis Ritel Pada PT Sumber Alfaria Trijaya TBK (Cabang Cianjur) Menggunakan Metode A'WOT”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Alfamart merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri ritel terbesar yang ada di Indonesia. Alfamart sendiri di dirikan oleh bapak Djoko Susanto pada tahun 1989. Produk yang dijual oleh Alfamart meliputi jasa dan kebutuhan sehari-hari seperti susu bayi, popok atau *diapers*, *instant noodle*, makanan dan minuman ringan, dan sebagainya. Menjadi salah satu dari banyaknya industri ritel besar yang ada di Indonesia, membuat Alfamart menghadapi persaingan bisnis yang semakin

kompetitif. Hal ini ditunjukan dengan pendapatan Alfamart yang masih tertinggal jauh dibandingkan dengan Indomaret. Untuk mempertahankan daya saing serta meningkatkan penjualan, diperlukan sebuah strategi pengembangan bisnis dalam mempertahankan bisnis. Berdasarkan pada latar belakang yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalah dari peneltian ini adalah :

- 1) Apa saja faktor internal serta eksternal yang dapat mempengaruhi Alfamart (Cabang Cianjur)?
- 2) Apa alternatif strategi dari pengembangan untuk Alfamart (Cabang Cianjur)?
- 3) Apa saja prioritas dari alternatif strategi pengembangan bisnis pada Alfamart (Cabang Cianjur)?

### **1.3 Batasan Masalah**

Penelitian ini terbatas hanya pada satu cabang dari Alfamart yaitu Cabang Cianjur yang mencangkup wilayah yaitu Kota dan Kabupaten Sukabumi dan Cianjur serta Kabupaten Bogor. Selain itu, metode A'WOT digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi dan merumuskan strategi berdasarkan hasil analisis SWOT (*Strength, Weakness, Threat, Opportunity*). Serta penelitian ini hanya akan menganalisis faktor internal dan eksternal dari Alfamart (Cabang Cianjur) yang mempengaruhi strategi pengembangan bisnis di Cabang Cianjur.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk :

- 1) Mengidentifikasi faktor internal serta eksternal yang mempengaruhi Alfamart (Cabang Cianjur).
- 2) Merumuskan alternatif strategi pengembangan untuk Alfamart (Cabang Cianjur)
- 3) Menganalisis prioritas dari alternatif strategi pengembangan bisnis pada Alfamart (Cabang Cianjur)

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1) Manfaat Bagi Alfamart

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi kepada Alfamart dalam memberikan rekomendasi strategi yang lebih efektif dalam mengembangkan bisnis Alfamart khususnya di Cabang Cianjur umumnya bagi Alfamart yang ada di Indonesia. Sehingga menjadikan Alfamart sebagai perusahaan yang lebih inovatif serta kompetitif dalam menghadapi persaingan bisnis.

### 2) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman langsung dalam penerapan teori manajemen strategi, khususnya analisis A'WOT, dalam konteks dunia nyata. Serta dapat mengembangkan keterampilan analisis dalam penelitian, serta memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pengelolaan strategi bisnis dalam industri ritel. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sarana untuk peneliti dalam menerapkan ilmu yang sudah didapat selama studi dan memenuhi salah satu persyaratan kelulusan dalam perkuliahan.

### 3) Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, manfaat penelitian ini tercermin dalam dampak sosial dan ekonomi yang ditimbulkan oleh keberhasilan strategi pengembangan bisnis. Dengan meningkatnya kinerja perusahaan, maka akan tercipta lebih banyak lapangan pekerjaan di Alfamart Cabang Cianjur. Selain itu, pengembangan bisnis yang efektif juga akan meningkatkan ketersediaan produk berkualitas dengan harga yang kompetitif.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memastikan bahwa pembahasan tetap berfokus pada inti permasalahan dan tidak meluas ke permasalahan yang lain, maka peneliti menyusun sistematika dalam penulisan dengan isi sebagai berikut :

1) BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab 1 peneliti membahas tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

2) BAB II TINJUAN PUSTAKA

Dalam bab ini, peneliti akan membahas mengenai penelitian terdahulu serta teori mengenai Manajemen Strategi, Strategi Pengembangan, *Ritel*, SWOT dan AHP.

3) BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, peneliti akan membahas mengenai Lokasi dan waktu penelitian, Jenis dan Sumber Data, Metode Pengambilan Data, Metode Analisis Data.

4) BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini, peneliti akan membahas mengenai pembahasan serta hasil dari penelitian ini yang terdiri dari Analisis SWOT dan AHP.

5) KESIMPULAN DAN SARAN

## **2.1 Penelitian Terdahulu**





## KESIMPULAN DAN SARAN

A  
B

V

Hasil analisis SWOT menunjukan bahwa Alfamart (cabang Cianjur) memiliki kekuatan *brand recognition* yang baik, jaringan toko yang luas, harga yang kompetitif, program loyalitas untuk pelanggan, dan kerjasama dengan *supplier* kuat. Tetapi, disamping kekuatan yang dimiliki oleh Alfamart (cabang Cianjur) terdapat juga kelemahannya yakni pelayanan yang belum konsisten, teknologi yang belum merata, penanganan penurunan barang masih manual, dan persaingan sesama Alfamart terlalu berdekatan. Dari Sisi eksternal Alfamart (cabang Cianjur) memiliki peluang untuk tumbuh yang dapat dimanfaatkan yakni pertumbuhan *e-commerce* dan digitalisasi, ekspansi lebih banyak ke daerah wisata Cianjur Selatan dan Sukabumi, kemitraan (*franchise*), dan Kerjasama dengan UMKM Cianjur dan Sukabumi. Meski demikian, Alfamart (cabang Cianjur) juga memiliki ancaman yakni persaingan ketat dengan pesaing sejenis, perubahan perilaku konsumen, faktor ekonomi, risiko kriminaitas dan bencana alam, dan kebijakan pemerintah.

Dari faktor-faktor tersebut kemudian dirumuskannya strategi alternatif untuk Alfamart (cabang Cianjur) dengan dihasilkannya 10 strategi alternatif yang dikategorikan kedalam empat kategori strategi yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T. Strategi SO1 ( Memperluas jaringan toko di Lokasi yang strategis dan potensial), SO2 (Menggunakan harga kompetitif dan program loyalitas untuk memperkenalkan sistem *franchise* dan kemitraan di wilayah baru), SO3 (Menambahkan system pemesanan *online* (SAPA) untuk toko *franchise* Alfamart), WO1 (Meningkatkan pelayanan yang konsisten dengan pelatihan bagi karyawan dan memastikan standar pelayanan di cabang Cianjur), WO2 (Menyediakan *customer support online* melalui aplikasi alfagift untuk memberikan Solusi cepat bagi masalah yang dialami pelanggan), WO3 (Pemerataan teknologi toko berbasis *cloud (Android)*), ST1 (Melakukan promosi berbasis digital), ST2 (Menawarkan produk *eksklusif* yang hanya tersedia di Alfamart (cabang Cianjur)), WT1 (Fokus mempercepat digitalisasi, WT2 (Menggunakan alat bantu dalam menurunkan barang dari mobil ditribusi (seperti troli) untuk menghemat waktu dalam proses penurunan barang).

Berdasarkan perhitungan menggunakan metode AHP, diperoleh urutan prioritas alternatif strategi untuk Alfamart (cabang Cianjur). Hasilnya menunjukan bahwa SO1 (Memperluas jaringan toko di lokasi yang strategis dan potensial) memperoleh skor tertinggi yakni 22,6%, yang menunjukan bahwa Alfamart (cabang Cianjur) memiliki kapasitas dan

60



kesiapan untuk menerapkan strategi agresif dengan mengandalkan kekuatan merek yang sudah dikenal luas untuk memperluas jangkauan pasar. Strategi alternatif kedua yaitu SO3 (Menambahkan sistem pemesanan online (SAPA) untuk toko *franchise* Alfamart (cabang Cianjur)) dengan total skor 12,7% dan WO1 (Meningkatkan pelayanan yang konsisten dengan pelatihan bagi karyawan dan memastikan standar pelayanan di cabang Cianjur) dengan skor 12,2%. Sementara itu strategi dengan bobot terkecil ada pada alternatif strategi ST2 “Menawarkan produk eksklusif dengan harga kompetitif yang hanya tersedia di Alfamart (cabang Cianjur), WT2 “Menggunakan alat bantu dalam menurunkan barang dari mobil ditribusi (seperti troli) untuk menghemat waktu dalam proses penurunan barang” dan WO2 “Menyediakan *customer support online* melalui aplikasi alfagift untuk memberikan solusi cepat bagi masalah yang dialami pelanggan” masing-masing alternatif strategi memiliki skor tidak lebih dari 3%.

### 5.1 Saran

Berdasarkan hasil analisis strategi pengembangan bisnis ritel pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (cabang Cianjur) dengan metode A'WOT, terdapat beberapa saran dari peneliti yang dapat dipertimbangkan oleh pihak Alfamart (cabang Cianjur).

1. Untuk memperluas jaringan toko (strategi SO1), Alfamart (cabang Cianjur) sebaiknya tidak hanya mempertimbangkan potensi pasar, tetapi juga melakukan studi kelayakan dari sisi operasional, logistik, dan kompetitor di wilayah target. Hal ini penting agar ekspansi yang dilakukan tidak hanya menambah jumlah toko, tetapi juga benar-benar mendukung pertumbuhan perusahaan. Tetapi Alfamart (cabang Cianjur) juga harus memperhatikan ekspansi tersebut dengan memberikan jumlah maksimum toko yang akan dibuat di cabang Cianjur agar tidak menimbulkan persaingan sesama Alfamart dan juga hidup pedagang kecil.
2. Untuk strategi pengembangan layanan digital seperti sistem pemesanan online (SAPA), Alfamart (cabang Cianjur) perlu memastikan bahwa infrastruktur digital yang tersedia mendukung dan mudah digunakan, baik oleh pelanggan maupun mitra *franchise*. Selain itu, dibutuhkan sosialisasi dan pelatihan yang memadai agar toko-toko *franchise* tidak tertinggal dalam proses digitalisasi.
3. Dalam hal peningkatan pelayanan pentingnya membangun budaya kerja yang berorientasi pada kualitas layanan. Pelatihan yang diberikan tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada sikap, komunikasi, dan kepuasan

pelanggan. Dengan pelayanan yang konsisten, pelanggan akan lebih loyal, terutama di tengah persaingan ritel modern yang sangat kompetitif.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Habib Abdillah, & Suhartini. (2023). Analisis SWOT dan AHP untuk Menentukan Strategi Pengembangan Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus: UD. Duta Sumber Ayem Niaga). *Journal of Research and Technology*, 9, 1–10.
- alfamart.co.id. (n.d.). *Alfamart*. Retrieved February 27, 2025, from <https://alfamart.co.id/>
- Alfan Hakim, M. (2022). Strategi Pentahelix pada Perencanaan Pariwisata di Desa Hegarmukti, Cikarang, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. In *Destinesia Jurnal Hospitaliti & Pariwisata* (Vol. 4, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Allandika Tengor, L., Budiharti, N., Suardika, I. B., Program, ), & Industri, S. T. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Pada Industri Konveksi Sablon Kaos di *Home Industry 35 Screen Printing* Turen. *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 4(2).
- Ambarwati Nurita. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis EG Group. Universitas Pertanian Bogor.
- Amelia Putri, A., Sarwati, A., Fesyahputra\*, D., & Serli Selvia. (2023). Perancangan Tata Letak Fasilitas Bisnis Retail dengan Pendekatan ARC dan TCR di Kota Depok. *Jurnal Teknologi*, 16(1), 62–67. <https://doi.org/10.34151/jurtek.v16i1.4321>
- Angelia Kusuma. (2023). Strategi Pengembangan Agribisnis Bawang Merah Sebagai Komoditas Unggulan di Kabupaten Boyolali.
- Anggreani, T. F. (2021a). Faktor-faktor yang mempengaruhi SWOT: Strategi Pengembangan SDM, Strategi Binis, dan Strategi MSDM (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). 2(5). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5>
- Anggreani, T. F. (2021b). Faktor-faktor yang mempengaruhi SWOT: Strategi Pengembangan SDM, Strategi Bisnis, dan Strategi MSDM (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). 2(5). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5>
- Ardiansyah, Risnita, & M.Syahrin Jailani. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1, 1–9. <http://ejournal.yayasanpendidikanzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Ase Sudiasa Sri Marchin, P., & Satya Dharma Singaraja, S. (2024). Strategi Berwirausaha Pada Toko Ritel Tradisional di Desa Kalibubuk dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Jnana Satya Dharma*, 12(1).
- Astono, A. P., Sukaris, S., & Wijayanti, T. C. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis JPP menjadi SBU PT. Petrokimia Gresik menggunakan Perspektif Analisis “SWOT.” *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 5(2), 18. <https://doi.org/10.30587/jre.v5i2.4143>
- Awalul, K. (2022). Analisis Industri Ritel Di Kota Padang Tanpa Keberadaan Dua Waralaba Ritel Indomaret Dan Alfamart (Vol. 1, Issue 1). <https://rcf-indonesia.org/jurnal/index.php/>
- Bangkit Rambu Sukarno, & Muhammad Ahsan. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis dengan menggunakan *Business Model Canvas* Muhamad Ahsan. *Jurnal Manova*, 4, 1–11.
- Canesi, R., & D'Alpaos Chiara. (2024). *The Evaluation of Sustainable Development Projects in Marginal Areas: An A'WOT Approach*. *Land*, 13(5). <https://doi.org/10.3390/land13050601>
- Dey, B., Ador, M. A. H., Haque, M. M. U., Ferdous, J., Halim, M. A., Uddin, M. B., & Ahmed, R. (2024). Strategic insights for sustainable growth of mushroom farming industry in Bangladesh: A comprehensive evaluation using SWOT-AHP and TOPSIS frameworks. *Heliyon*, 10(17). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36956>

- Duwi Purwandari, J., Ariel Azfar Hadi, M., Putri Astuti, D., & Fajriati Kining, A. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Tuan Dawet Indonesia. *Jurnal Inkubator Bisnis*, 1, 1–10.
- Elyza Ragista, Hidayat Koto, & Damres Uker. (2021). Analisis Strategi Pengembangan. *Journal of Global Forest and Environmental Science*, 1, 1–15.
- Fajar Sidiq. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Surveyor Independen pada Unit Bisnis Batubara PT XYZ [Skripsi]. Universitas Pertanian Bogor.
- Fan, P., Zhu, Y., Ye, Z., Zhang, G., Gu, S., Shen, Q., Meshram, S. G., & Alvandi, E. (2023). *Identification and Prioritization of Tourism Development Strategies Using SWOT, QSPM, and AHP: A Case Study of Changbai Mountain in China*. *Sustainability (Switzerland)*, 15(6). <https://doi.org/10.3390/su15064962>
- Febriyanti, D., Widianingsih, I., Sumaryana, A., & Buchari, R. A. (2023). *Information Communication Technology (ICT) on Palembang city government, Indonesia: Performance measurement for great digital governance*. *Cogent Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2269710>
- Filbert, E., Nidhomuz Zaman, A., Rahman Prabowo, A., Nabila, F., & Dilla Chalifah, R. (2018). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Pada Industri Konveksi “Scout Soup” di Cibubur. Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC, 1, 1–8.
- Fitriani, R., Suseno, A., Fadilah, A., Ainun, F., & Pramudya, A. (2023). Integrasi AHP, SWOT, dan QSPM untuk Pengembangan Strategi Keberlanjutan UMKM Kecap Segi Tiga. Seminar Nasional Teknik Industri, 1, 1–11.
- Ginanjar, R., Dian, S., & Prajanti, W. (2021). *Development Analysis Journal Development Strategies for Tourism Destinations in Semarang Old Town Article Info. Economics Development Analysis Journal*, 10(1). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj>
- Hartono, R., Ramadhan, S., Hadi, R. Y., & Hidayat, R. (2024). Penerapan Metode SWOT & AHP Untuk Menentukan Strategi Pengembangan dan Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus: PT. Spindo Tbk.). *Jurnal Nusantara Of Engineering*, 7. <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/noe>
- Hendrik Rizqiawan, & Iful Novanto. (2021). *Pengembangan Indikator-Indikator Internal Marketing yang Diharapkan Internal Customer Bisnis Ritel Modern di Kota Surabaya*.
- Hengki Djemie Walangitan, Wiske Chriesti Rotinsulu, & Frangky Jessy Paat. (2024). *Analysis Of Management Strategies For Lake Tondano Ecosystem in North Sulawesi, Indonesia Using SWOT and AHP Methode*. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 18(2). <https://doi.org/10.24857/RGSA.V18N2-087>
- Herfita, D., Widayastuti, T., Gustari, I., & Pancasila Emai, U. (2017). Analisis Strategi Bisnis pada PT Gancia Citra Rasa. In *Jurnal Ekslusif* (Vol. 14, Issue 2). [http://www.bps.go.id/brs\\_file/inflasi\\_02jan13.pdf](http://www.bps.go.id/brs_file/inflasi_02jan13.pdf)
- Hikmah, H., Shafitri, N., Zulham, A., & Purnomo, A. H. (2021). Strategi Pengembangan Pasar Ikan Demersal di Kabupaten Merauke. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 7(1), 43. <https://doi.org/10.15578/marina.v7i1.9000>
- Khusairi, A., & Munir, M. (2015). Analisa Kriteria Terhadap Pemilihan *Supplier* Bahan Baku dengan Pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) (Studi Kasus : PT XX Pandaan Pasuruan). In *Jurnal Sketsa Bisnis* (Vol. 2, Issue 1).

- Kurniawan, M., & Haryati, N. (2017). *Analysis of Business Development Strategy of Soursop Juice Beverage*. Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri, 6(2), 97–102. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2017.006.02.6>
- Lee Changhwan, Ra, H., Oh, Y., & Lee, C. (2021). *Global Busan City Brand Image Development Strategy-SWOT/AHP analysis-\*1. The East Asian Journal of Business Economics*, 9, 1–10. <https://doi.org/10.20498/eajbe.2021.9.3.151>
- Lee Sangmin, Kim, D., Park, S., & Lee, W. (2021). *A study on the strategic decision making used in the revitalization of fishing village tourism: Using a'wot analysis*. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13). <https://doi.org/10.3390/su13137472>
- Lestari Dian, & Vikaliana Resista. (2021). Analisis Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan terhadap Penurunan Pengiriman Barang Kargo di PT. Lintas Maju Nusantara. *Sains Sosio Humaniora*, 5(2), 1–10.
- Meliana, D., Riswati, J., & Astuti, D. (2025). Analisis Perkembangan Bisnis Ritel Di Indonesia. *Journal of Business Economics and Management*, 01, 235–243.
- Nelda Kurniati. (2022). Analisa Lingkungan Bisnis Internal dan Eksternal Perusahaan. In Pusdansi.org (Vol. 2, Issue 3).
- Ningsih, M. S., Sikumbang, R. I., Rida, R., & Fitri, L. I. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Kafe dengan Metode SWOT dan QSPM. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 5(1), 56–62. <https://doi.org/10.47065/tin.v5i1.5346>
- Nurul Fauziah, S., Arifanti, R., Padjadjaran, U., & Sumedang, K. (2024). Pengaruh *Service Quality* dan *Loyalty Program* Terhadap *Customer Retention* pada Alfamart (Studi pada Konsumen Alfamart di Kota Bandung). 8(2).
- Popescu, G., & Gasparotti, C. (2022). *SWOT-AHP Hybrid Method For Ranking The Strategies in The Shipbuilding Sector*. *Journal of Business Economics and Management*, 23(3), 706–730. <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.17029>
- Prasetya, P. (2023). *Determination of Business Strategy with SWOT and AHP*. *Journal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 263–280.
- Raynard Owen Raharjo, & Ni Luh Putu Hariastuti. (2024). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Toko Retail dengan Menggunakan Quasititative Strategic Planning Matrix (QSPM) dan Pendekatan Lean Matrix* (Studi Kasus: Silvi Frozenfood). *Teknik Industri ITN Malang*, 1, 1–7.
- Retnawati, L., & Saurina, N. (2021). Perumusan Strategi Pengembangan Universitas menggunakan Metode AHP dan SWOT pada Universitas XYZ. *Teknik Informatika*, 16, 1–8.
- Rukmayadi, D., Saputra, Y., Muhendra, R., & Ikatrinasari, Z. F. (2024). *Oasis Pool Corporate Strategy Planning Using AHP-SWOT and ISM Methods*. *International Journal of Industrial Engineering and Production Research*, 35(1). <https://doi.org/10.22068/ijiepr.35.1.1961>
- Sahani, N. (2021). *Application of hybrid SWOT-AHP-FuzzyAHP model for formulation and prioritization of ecotourism strategies in Western Himalaya, India*. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 9(3), 349–362. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2021.08.001>
- Sandryas Alief Kurniasanti. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata. *Journal of Tourism and Creativity*, 3, 1–12.
- Saputra, A., Indriyani, A., Adriani, D., Yanuriati, A., Rahmawati, L., Supriadi, A., & Saputra, D. (2022). *Application of Combined A'WOT (AHP and SWOT): A Strategy for Post-Harvest of Duku*. *Economics, Accounting, and Business Conferenc*, 210, 1–6.

- Sari, R. P., Mariam, I., & Sinaga, M. O. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Matriks SWOT pada Startup MakananHalal.id. *Journal of Management and Business Review*, 18(3), 630–639. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v18i3.219>
- Shantilawati, I., Zebua, S., & Tarmizi, R. (2024). Jurnal Manajemen Retail Indonesia Penggunaan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Bisnis Retail. *Jurnal Manajemen Retail Indonesia*, 5(1).
- Sholikhah, V. (2021). Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro.
- Sindi Anita Debi, & Yusran Daeng Matta. (2024). Pengaruh Komunikasi dan Pengembangan Karir Terhadap Prestasi Kerja Karyawan di PT. Alfamart Wilayan Pamulang, Tanggerang Selatan. *Journal of Research and Publication Innovation*, 2, 1–13.
- Soselisa, J. A., Raharja, S., & Suharjo, D. B. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Supermarket XYZ dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas *Analysis of Business Development Strategy of XYZ Supermarket with Business Model Canvas Approach* (Vol. 12, Issue 2). <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmphi>
- Stefan, D., Vasile, V., Oltean, A., Comes, C. A., Stefan, A. B., Ciucan-Rusu, L., Bunduchi, E., Popa, M. A., & Timus, M. (2021). *Women entrepreneurship and sustainable business development: Key findings from a swot-ahp analysis*. *Sustainability (Switzerland)*, 13(9). <https://doi.org/10.3390/su13095298>
- Sujana, W., Malik, E., Ode, W., Zarliani, A., Saputra, E., Program, ), Akuntansi, S., & Ekonomi, F. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis dan Wirausaha. *Community Development Journal*, 4(5), 9963–9966.
- Sulaiman, A., & Sayyid Ali Rahmatullah, U. (2022). Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen dan Profitabilitas pada Rich Cofe (Vol. 11, Issue 1).
- Wardani dan Umi Nur Solikah, I. (2018). Perumusan Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Produk Pertanian Lokal (Studi Kasus di Kabupaten Sukoharjo). *Jurnal Ilmu Pertanian*, 31, 1–10.
- Wulandari, K., Nurmalina, R., & Tinaprilla, N. (2017). Strategi Pengembangan Unit Usaha Bioetanol pada PT Perkebunan Nusantara XI dengan Pendekatan A'WOT. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 3(2). <https://doi.org/10.18196/agr.3247>
- Yayang Sari, A., & Yanuar Sadewa, N. (2024). Perencanaan Strategis Pengembangan Web Browser Mozilla Firefox Menggunakan Metode SWOT dan AHP. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 7, 1–6. <http://www.jurnal.umk.ac.id/sitech>
- Zahira Shofa, G., & Gunawan, A. A. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Boga Menggunakan Analisis Swot dengan *Analytic Hierarchy Process*. In *Syntax Admiration* (Vol. 5, Issue 10).
- Zare, K., Mehri-Tekmeh, J., & Karimi, S. (2015). *A SWOT framework for analyzing the electricity supply chain using an integrated AHP methodology combined with fuzzy-TOPSIS*. *International Strategic Management Review*, 3(1–2), 66–80. <https://doi.org/10.1016/j.ism.2015.07.001>

## RATING

Rating menunjukkan bagaimana keadaan atau kemampuan perusahaan terhadap faktor SWOT. Apakah perusahaan unggul, lemah, siap, atau tidak siap.

Skalanya dari 1 sampai 4

Faktor Kekuatan dan Kelemahan

4 = Kekuatan yang besar

3 = Kekuatan yang kecil

2 = Kelemahan kecil

1 = Memiliki kelemahan yang besar

Faktor Peluang dan Ancaman

4 = Peluang besar

3 = Peluang kecil

2 = Ancaman yang kecil

1 = Ancaman yang besar

1. Berapa rating untuk faktor kekuatan "*Brand recognition* yang baik" bagi Alfamart cabang Cianjur?

1-4

2. Berapa rating untuk faktor kekuatan "Jaringan toko yang luas" bagi Alfamart cabang Cianjur?

1-4

3. Berapa rating untuk faktor kekuatan "Harga yang kompetitif" bagi Alfamart cabang Cianjur?

1-4



4. Berapa rating untuk faktor kekuatan "Program loyalitas pelanggan" bagi Alfamart cabang Cianjur?  
 1-4
5. Berapa rating untuk faktor kekuatan "Kerjasama dengan *supplier* kuat" bagi Alfamart cabang Cianjur?  
 1-4
6. Berapa rating untuk faktor kelemahan "Pelayanan yang belum konsisten" bagi Alfamart cabang Cianjur?  
 1-4
7. Berapa rating untuk faktor kelemahan "Teknologi yang belum merata" bagi Alfamart cabang Cianjur?  
 1-4
8. Berapa rating untuk faktor kelemahan "Penanganan penurunan barang masih manual" bagi Alfamart cabang Cianjur?  
 1-4
9. Berapa rating untuk faktor kelemahan "Persaingan sesama Alfamart tertalu berdekatan" bagi Alfamart cabang Cianjur?  
 1-4
10. Berapa rating untuk faktor peluang "Pertumbuhan *e-commerce* dan *digitalisasi*" bagi Alfamart cabang Cianjur?  
 1-4
11. Berapa rating untuk faktor peluang "Ekspansi lebih banyak ke daerah wisata Cianjur dan Sukabumi" bagi Alfamart cabang Cianjur?  
 1-4
12. Berapa rating untuk faktor peluang "Kemitraan (*Franchise*)" bagi Alfamart cabang Cianjur?  
 1-4
13. Berapa rating untuk faktor peluang "Kerjasama dengan UMKM Cianjur dan Sukabumi" bagi Alfamart cabang Cianjur ?  
 1-4
14. Berapa rating untuk faktor ancaman "Persaingan ketat dengan pesaing sejenis" bagi Alfamart cabang Cianjur?  
 1-4
15. Berapa rating untuk faktor ancaman "Perubahan perilaku konsumen" bagi Alfamart cabang Cianjur?  
 1-4
16. Berapa rating untuk faktor ancaman "Faktor ekonomi" bagi Alfamart cabang Cianjur?  
 1-4
17. Berapa rating untuk faktor ancaman "Resiko kriminalitas dan bencana alam" bagi Alfamart cabang Cianjur?  
 1-4

18. Berapa rating untuk faktor ancaman "Kebijakan pemerintah" bagi Alfamart cabang Cianjur?

- 1-4

**AHP menggunakan BPMMSG *Calculator***

A - wrt AHP priorities - or B?		Equal	How much more?	
1	<input checked="" type="radio"/> SO1	<input type="radio"/> SO2	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9
2	<input checked="" type="radio"/> SO1	<input type="radio"/> SO3	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9
3	<input checked="" type="radio"/> SO1	<input type="radio"/> WO1	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9
4	<input checked="" type="radio"/> SO1	<input type="radio"/> WO2	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9
5	<input checked="" type="radio"/> SO1	<input type="radio"/> WO3	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9
6	<input checked="" type="radio"/> SO1	<input type="radio"/> ST1	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9
7	<input checked="" type="radio"/> SO1	<input type="radio"/> ST2	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9
8	<input checked="" type="radio"/> SO1	<input type="radio"/> WT1	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9
9	<input checked="" type="radio"/> SO1	<input type="radio"/> WT2	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9
10	<input checked="" type="radio"/> SO2	<input type="radio"/> SO3	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9
11	<input checked="" type="radio"/> SO2	<input type="radio"/> WO1	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9
12	<input checked="" type="radio"/> SO2	<input type="radio"/> WO2	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9
13	<input checked="" type="radio"/> SO2	<input type="radio"/> WO3	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9
14	<input checked="" type="radio"/> SO2	<input type="radio"/> ST1	<input checked="" type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 6 <input type="radio"/> 7 <input type="radio"/> 8 <input type="radio"/> 9

