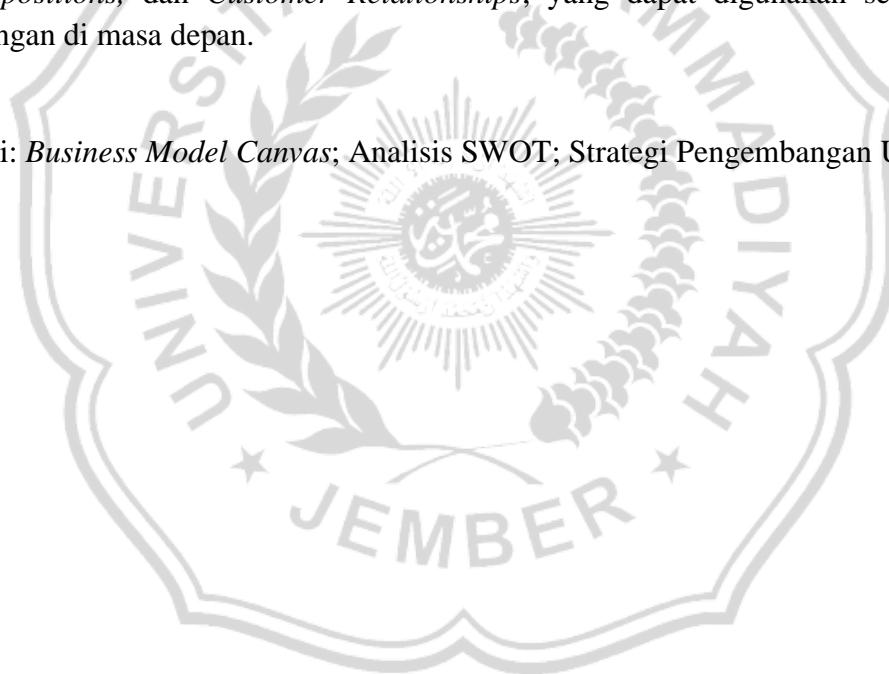


## ABSTRAK

Minimarket SK Grocery merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ritel, usaha Minimarket SK Grocery belum mengalami perkembangan yang signifikan. Beberapa kendala yang dialami terdapat pada pemasaran dan persaingan dengan kompetitor sejenis yang semakin tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh Minimarket SK Grocery dan menyusun model bisnis baru sebagai bentuk pengembangan usaha. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, menggabungkan *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT. Pengumpulan Data dilakukan melalui wawancara dengan kepala toko, karyawan, pesaing, dan konsumen Minimarket SK Grocery. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SK Grocery berada dalam fase pertumbuhan pasar yang tinggi dan memiliki posisi kompetitif yang kuat. Dalam kondisi ini, SK Grocery dapat menerapkan strategi agresif seperti pengembangan pasar, penetrasi pasar, pengembangan produk, dan diversifikasi. Selain itu, penelitian ini menghasilkan desain *Business Model Canvas* baru yang dioptimalkan pada aspek *Channels*, *Value Propositions*, dan *Customer Relationships*, yang dapat digunakan sebagai strategi pengembangan di masa depan.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*; Analisis SWOT; Strategi Pengembangan Usaha



## ABSTRACK

SK Grocery Minimarket is a company operating in the retail sector, the SK Grocery Minimarket business has not experienced significant development. Some of the obstacles experienced are marketing and increasing competition with similar competitors. This research aims to identify the business development strategies implemented by SK Grocery Minimarket and develop a new business model as a form of business development. This research uses a descriptive method with a qualitative approach, combining the Business Model Canvas and SWOT Analysis. Data collection was carried out through interviews with shop heads, employees, competitors and consumers of SK Grocery Minimarket. The research results show that SK Grocery is in a high market growth phase and has a strong competitive position. In this condition, SK Grocery can implement aggressive strategies such as market development, market penetration, product development and diversification. In addition, this research produces a new Business Model Canvas design that is optimized in the Channels, Value Propositions and Customer Relationships aspects, which can be used as a development strategy in the future.

*Keywords: Business Model Canvas; SWOT Analysis; Business Development Strategy*

