# ABSTRAK

Minimarket berkembang pesat di Indonesia, namun cenderung menjadi persaingan oligopoli. Kesadaran masyarakat akan pasar dan produk halal harus didukung dengan banyaknya minimarket syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan minimarket syariah di kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT. SWOT dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi kemudian dianalisis melalui tahapan-tahapan mengikuti pedoman metode ini.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, alternatif strategi yang sesuai untuk minimarket syariah adalah strategi WO. Strategi WO adalah strategi yang berusaha meminimalkan kelemahan dan memaksimalkan peluang yang ada. Analisis IFAS dan EFAS menghasilkan posisi perusahaan berada pada kuadran III. Kuadran strategi yang direkomendasikan adalah strategi *turn around*.

Kata kunci : *minimarket syariah, SWOT, strategi turn around.*