

**MENGAKSELERASI PENETRASI PASAR DALAM RANGKA  
PENGEMBANGAN USAHA MOODBOOSTER BERBASIS  
ANALISIS *SWOT***

**SKRIPSI**



Disusun Oleh :

Agatha Silviana Putri

17.D1.0180

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

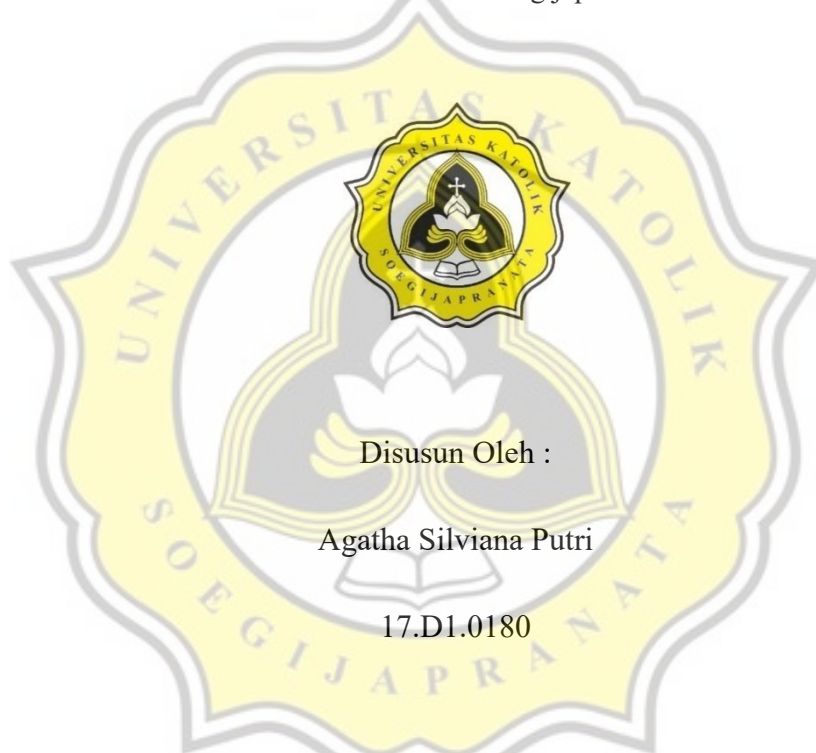
**SEMARANG**

**2021**

**MENGAKSELERASI PENETRASI PASAR DALAM RANGKA  
PENGEMBANGAN USAHA MOODBOOSTER BERBASIS  
ANALISIS *SWOT***

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna  
Mencapai Gelar Sarjana (S1)  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata



Disusun Oleh :

Agatha Silviana Putri

17.D1.0180

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2021**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agatha Silviana Putri

NIM : 17.D1.0180

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Mengakselerasi Penetrasi Pasar dalam Rangka Pengembangan Usaha Moodbooster Berbasis Analisis *SWOT*” adalah hasil penelitian saya sendiri dengan supervisi dari dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia menerima sanksi akademik apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar.

Semarang, 11 Oktober 2021

Yang menyatakan,



Agatha Silviana Putri

NIM 17.D1.0180



## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : MENGAKSELERASI PENETRASI PASAR  
DALAM RANGKA PENGEMBANGAN USAHA MOODBOOSTER  
BERBASIS ANALISISSWOT

Diajukan oleh : Agatha Silviana Putri

NIM : 17.D1.0180

Tanggal disetujui : 28 September 2021

Telah setuju oleh

Pembimbing : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.

Penguji 1 : Dr. Ch. Yekti Prawihatmi S.E., M.Si.

Penguji 2 : Eny Trimeiningrum S.E., M.S.I.

Penguji 3 : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.

Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat  
di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.D1.0180](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.D1.0180)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agatha Silviana Putri

NIM : 17.D1.0180

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonekslusive Royalty Free Right*) atas skripsi yang berjudul :

“Mengakselerasi Penetrasi Pasar dalam Rangka Pengembangan Usaha Moodbooster Berbasis Analisis *SWOT*”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 11 Oktober 2021

Yang menyatakan



(Agatha Silviana Putri)



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan kasihnya. Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “MENGAKSELERASI PENETRASI PASAR DALAM RANGKA PENGEMBANGAN USAHA MOODBOOSTER BERBASIS ANALISIS *SWOT*”

Dalam menyusun skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi (S1) Manajemen pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Tidak sedikit hambatan yang dialami oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dengan adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu:

1. Allah Bapa atas segala karunianya yang diberikan kepada penulis.
2. Ibu MG. Westri Kekalih, SE., ME, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pemikiran untuk membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Eny Trimeiningrum, SE., MSi dan Ibu Dr. Ch. Yekti Prawihatmi, SE., Msi selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan bantuan kepada penulis untuk penyusunan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu dosen program studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata yang sudah memberikan ilmu kepada penulis.
5. Untuk kedua orang tua saya Daddy Y.P Agung Triatmodjo dan Mama Dede Purwatiningsih yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material yang diberikan kepada penulis selama ini.
6. Untuk teman-teman saya Guvinda Pandu Halilintar, Martia Pramulintang, Elwin Kristiyan, Bobbie Ardiansyah Jatmiko, dan Yustikasari Oktaviana yang telah memberikan motivasi dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Pihak-pihak yang lain yang tidak dapat dituliskan satu persatu oleh penulis.

Semarang, 11 Oktober 2021

Peneliti



Agatha Silviana Putri



## ABSTRAK

MoodBooster merupakan usaha yang dimulai pada masa pandemi yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. *Cold pressed juice* adalah proses ekstraksi buah dengan menggunakan alat bernama *pressed juice*. Dengan metode *zero-heat extraction* yang artinya minim udara panas yang dihasilkan oleh mata pisau pada *juicer*. Namun konsumen masih kurang mengerti perbedaan jus konvensional dengan *cold press juice*. Dan pada sisi pesaing MoodBooster sudah memiliki banyak pesaing baik yang sudah lama maupun baru saja tumbuh. Maka dengan itu pemilik memiliki keinginan untuk mengembangkan usaha agar bisnis dapat tumbuh kedepannya.

Adanya permasalahan ini sehingga membutuhkan strategi untuk mengakselerasi penetrasi pasar dalam rangka pengembangan usaha MoodBooster. Responden terdiri dari 2 pemilik dan 60 konsumen dengan membagikan kuesioner.

Pada penelitian ini didapatkan hasil berupa analisis IE dan analisis SWOT. Berdasarkan analisis IE MoodBooster berada di kuadran IV yang berarti tumbuh dan berkembang sehingga membutuhkan strategi intensif dan strategi integrasi. Berdasarkan analisis SWOT akan menghasilkan strategi pengembangan usaha sebagai berikut : *SO strategies* mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan penjualan . Untuk *WO strategies* membangun outlet sehingga konsumen tidak perlu pre-order karena sudah ada barang yang ready stock dan memperbaiki produk sehingga dapat tahan lama jika di luar ruangan. *ST strategies* MoodBooster dapat memperkuat branding akan kelebihan MoodBooster dibandingkan dengan jus konvensional dan meminimalisir produk gagal dengan tetap menggunakan produk pilihan. *WT strategies* dengan membuat produk dengan harga terjangkau dengan menggunakan paket *bundling* dan membuat inovasi baru dengan formula khusus sehingga meminimalkan duplikasi produk.

**Keywords** : *Cold Pressed Juice*, Pengembangan Usaha, Analisis IE, Analisis *SWOT*



## **ABSTRACT**

*MoodBooster is a business that was started during the pandemic that aims to raise public awareness. Cold pressed juice is a fruit extraction process using a tool called pressed juice. With the zero-heat extraction method, which means minimal hot air is produced by the blades of the juicer. However, consumers still do not understand the difference between conventional juice and cold press juice. And on the competitor side, MoodBooster already has many competitors, both old and new. So with that the owner has the desire to develop the business so that the business can grow in the future.*

*The existence of this problem requires a strategy to accelerate market penetration in the context of developing MoodBooster's business. Respondents consisted of 2 owners and 60 consumers by distributing questionnaires.*

*In this study, the results obtained in the form of IE analysis and SWOT analysis. Based on the IE analysis, MoodBooster is in quadrant IV, which means it grows and develops so that it requires an intensive strategy and an integration strategy. Based on SWOT analysis will produce business development strategies as follows : SO strategies develop better marketing strategies so as to increase sales . For WO strategies, build outlets so that consumers don't need to pre-order because there are ready stock items and repair the product so that it can last longer when outdoors. ST strategies MoodBooster can strengthen the branding of the advantages of MoodBooster compared to conventional juices and minimize product failure by continuing to use selected products. WT strategies by making products at affordable prices by using bundling packages and making new innovations with special formulas so as to minimize product duplication.*

**Keywords** : Cold Pressed Juice, Business Development, IE Analysis, SWOT Analysis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
Bab II Tinjauan Pustaka .....	8
2.1 Penetrasi Pasar.....	8
2.2 Macam-macam Strategi Penetrasi Pasar.....	9
2.3 Pengembangan Usaha.....	11
2.4 Strategi Pengembangan Usaha.....	12
2.5 Analisis SWOT.....	13
2.6 Penelitian Terdahulu.....	16
2.7 Kerangka Pikir.....	17
Bab III Metode Penelitian .....	19
3.1 Objek dan Lokasi Penelitian.....	19
3.2 Populasi dan Sampel Jenuh (Sampel Sensus).....	19
3.2.1 Populasi.....	19
3.2.2 Sampel jenuh (Sampel Sensus).....	20

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.4 Skala Pengukuran Data.....	21
3.5 Teknik Analisis Data.....	22
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	22
3.5.2 Analisis Faktor Internal .....	23
3.5.3 Analisis Faktor Eksternal .....	25
3.5.4 <i>Matrix Internal External (IE)</i> .....	27
3.5.5 <i>Matrix Strengths, Weakness, Opportunity, Threats</i> ( <i>SWOT</i> ).....	29
Bab IV Hasil Penelitian.....	31
4.1 Gambaran Umum Responden.....	31
4.2 Deskripsi tanggapan Responden Terhadap Indikator-indikator SWOT.....	32
4.3 Matriks <i>Internal Factor Analysis Summary (IFAS)</i> .....	35
4.4 Matriks <i>External Factor Analysis Summary (EFAS)</i> .....	37
4.5 Matriks <i>Internal External (IE)</i> .....	38
4.6 Analisis <i>SWOT</i> .....	41
Bab V Penutup.....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	50
Daftar Pustaka.....	52
Lampiran .....	54

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan MoodBooster Periode November.....	3
Tabel 1.2 Hasil Prasurvey Kekuatan Dan Kelemahan Moodbooster.....	4
Tabel 1.3 Hasil Prasurvey Peluang dan Ancaman Moodbooster.....	5
Tabel 2.1 Matriks <i>SWOT</i> .....	15
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Komposisi Pemilik dan Konsumen.....	20
Tabel 3.2 <i>Matrix Internal Factor Evaluation (IFE)</i> .....	24
Tabel 3.3 <i>Matrix External Factor Evaluation (EFE)</i> .....	26
Tabel 3.4 <i>Matrix Internal External (IE)</i> .....	28
Tabel 3.5 Matriks <i>SWOT</i> .....	30
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden.....	31
Tabel 4.2 Deskripsi Tanggapan Responden akan Indikator-indikator Internal MoodBooster.....	32
Tabel 4.3 Deskripsi Tanggapan Responden akan Indikator-indikator Eksternal MoodBooster.....	34
Tabel 4.4 Matriks <i>Internal Factor Analysis Summary (IFAS)</i> .....	35
Tabel 4.5 Matriks <i>External Factor Analysis Summary (EFAS)</i> .....	37
Tabel 4.6 Analisis <i>SWOT</i> .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk MoodBooster.....	2
Gambar 2.1 Matriks Ansoff.....	9
Gambar 2.3 Kerangka Pikir.....	18
Gambar 4.1 Matriks IE.....	39

