

PENGEMBANGAN STRATEGI ALTERNATIF PADA USAHA

HIBINIU BEAUTY DENGAN METODE SWOT



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata

Disusun Oleh :

Nama : Gracia Amadea Purnomo

NIM : 18.D1.0155

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG PROPOSAL
PENGEMBANGAN STRATEGI ALTERNATIF PADA USAHA
HIBINIU BEAUTY DENGAN METODE SWOT**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG PROPOSAL
PENGEMBANGAN STRATEGI ALTERNATIF PADA USAHA
HIBINIU BEAUTY DENGAN METODE SWOT**



LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI
PENGEMBANGAN STRATEGI ALTERNATIF PADA USAHA
HIBINIU BEAUTY DENGAN METODE SWOT

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI
PENGEMBANGAN STRATEGI ALTERNATIF PADA USAHA
HIBINIU BEAUTY DENGAN METODE SWOT

Yang Dipersiapkan dan Disusun oleh :

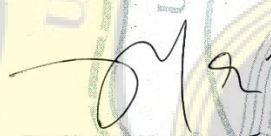
Gracia Amadea Purnomo

18.D1.0155

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Ketua Program Studi


Dr. Ch. Yekti Prawihatmi S.E., M.Si

Dr. Widuri Kurniasari, S.E., M.Si

NIDN : 0605096901

NIDN : 0610057601

LEMBAR PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

LEMBAR PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gracia Amadea Purnomo

NIM : 18.D1.0155

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa penulisan skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi atau bentuk kecurangan lainnya, saya akan bersedia menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 31 Maret 2023



Gracia Amadea Purnomo

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Pengembangan Strategi Alternatif Pada Usaha Hibiniu Beauty Dengan Metode SWOT

Diajukan oleh : GRACIA AMADEA PURNOMO

NIM : 18.D1.0155

Tanggal disetujui : 26 April 2023

Telah setuju oleh

Pembimbing : Dr. Chatarina Yekti Prawihatmi S.E., M.Si

Penguji 1 : Markus Widyanto S.E., M.M.

Penguji 2 : Drs. Y. Sugiharto M.M.

Penguji 3 : Dr. Chatarina Yekti Prawihatmi S.E., M.Si

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=18.D1.0155

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGEMBANGAN STRATEGI ALTERNATIF PADA USAHA HIBINIU BEAUTY DENGAN METODE SWOT” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katholik Soegijapranata.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Ch. Yekti Prawihatmi S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
2. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katholik Soegijapranata
3. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuisisioner
4. Kedua Orang tua beserta adik yang telah memberikan doa dan dukungan selama proses pembuatan skripsi
5. Teman-teman dan semua pihak yang selalu memberikan dukungan kepada penulis

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada siapapun yang membacanya.

Semarang, 31 Maret 2023



Gracia Amadea Purnomo

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Gracia Amadea Purnomo

NIM : 18.D1.0155

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Soegijapranata

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Katolik Soegijapranata. Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalti-Free Right)** atas karya ilmiah kami yang berjudul **“PENGEMBANGAN STRATEGI ALTERNATIF PADA USAHA HIBINIU BEAUTY DENGAN METODE SWOT”**, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Universitas Katolik Soegijapranata** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (database), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut. Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Universitas Katolik Soegijapranata**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 31 Maret 2023

Yang menyatakan,



Gracia Amadea Purnomo

ABSTRAK

Dunia teknologi informasi dan internet semakin hari semakin berkembang pesat. Segala sesuatu kini menjadi lebih modern. Pemilihan penggunaan pemasaran melalui media sosial menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh pelaku usaha, sekarang ini penggunaan media sosial telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi. Pada era digital, media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran.

Penelitian ini akan difokuskan pada Hibiniu Beauty yang merupakan salah satu usaha masker petal organik. Hibiniu Beauty didirikan selama 1 tahun. Usaha ini dijalankan secara online yang berada di Jalan Arya Mukti Barat, Semarang. Dan pemilik bisnis ini adalah penulis sendiri. Dalam menjalankan usaha di bidang kecantikan, Hibiniu Beauty tentunya memiliki pesaing yang juga menjual produk atau barang yang sama. Untuk dapat memenangkan persaingan, maka Hibiniu Beauty menyusun strategi bisnis yang tepat.

Berdasarkan pada uraian latar belakang yang ada, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah : “Bagaimana strategi alternative pada Hibiniu Beauty menurut teori SWOT?”. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang akan digunakan oleh Hibiniu Beauty dalam menghadapi persaingan di bidang kecantikan dan meningkatkan penjualan produk berdasarkan metode SWOT.

Wawasan tentang lingkungan internal dan eksternal dari perusahaan merupakan kunci utama untuk merumuskan SWOT. Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara dan pengisian kuesioner ke pihak internal perusahaan dan pihak eksternal yaitu konsumen. Alat analisis yang akan dipakai untuk mengolah data adalah Matriks IFE, EFE, IE, dan SWOT. Hasil penelitian menyatakan bahwa Hibiniu Beauty berada di sel I yang dikendalikan dengan strategi *growth and build* (tumbuh dan berkembang). Strategi yang digunakan yaitu penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Kata Kunci : strategi, alternative, pengembangan, bisnis, produk, SWOT

ABSTRACT

The world of information technology and the internet is growing rapidly day by day. Everything is now more modern. The choice of using marketing through social media is the main choice made by business actors, now the use of social media has become the main pillar in helping information. In the digital era, social media has now become a trend in marketing communications.

This research will focus on Hibiniu Beauty, which is an organik petal mask business. Hibiniu Beauty was established for 1 year. This business is run online which is located on Jalan Arya Mukti Barat, Semarang. And the owner of this business is the author himself. In running a business in the beauty sector, Hibiniu Beauty certainly has competitors who also sell the same products or goods. To be able to win the competition, Hibiniu Beauty has developed the right business strategy.

Based on the description of the existing background, the formulation of the problem in this study is: "What is the alternative strategy to Hibiniu Beauty according to the SWOT theory?". The aim of this research is to find out the marketing strategy that will be used by Hibiniu Beauty in facing competition in the beauty sector and increasing product sales based on the SWOT method.

Insight into the internal and *external* environment of the company is the main key to formulating a SWOT. Data collection methods used in this study were interviews and filling out questionnaires to the company's internal parties and *external* parties, namely consumers. The analytical tools that will be used to process the data are the IFE, EFE, IE, and SWOT matrices. The results of the study stated that Hibiniu Beauty was in cell I which was controlled by a growth and build strategy. The strategy used is market penetration and product development.

Keywords: strategy, alternative, development, business, product, SWOT

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG PROPOSAL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Pengertian Strategi	11
2.2. Analisis SWOT	11
2.3. Analisis Lingkungan Internal.....	12
2.4. Analisis Lingkungan <i>External</i>	14
2.5. Alat Analisis Strategik	15
2.5.1. Matrix IFE.....	15
2.5.2. Matrix EFE.....	16
2.5.3. Matrix Internal-Eksternal (IE)	17
2.6. Matrix SWOT.....	18
2.7. Penelitian Terdahulu	20
2.8. Kerangka Pikir.....	21
2.9. Definisi Operasional.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian.....	31
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	31
3.3. Metode Pengumpulan Data	31
3.3.1. Jenis dan Sumber Data.....	31

3.3.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4.	Alat Analisis Data	31
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1.	Gambaran Umum Hibiniu Beauty.....	37
4.2.	Gambaran Umum Responden Hibiniu Beauty.....	38
4.3.	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Indikator SWOT	39
4.3.1.	Tanggapan Responden Terhadap Kekuatan (<i>Strenghts</i>).....	40
4.3.2.	Tanggapan Responden Terhadap Kelemahan (<i>Weakness</i>)	45
4.3.3.	Tanggapan Responden Terhadap Peluang (<i>Opportunities</i>).....	51
4.3.4.	Tanggapan Responden Terhadap Ancaman (<i>Threat</i>)	55
4.4.	Matrix IFE Hibiniu Beauty	60
4.5.	Matrix EFE Hibiniu Beauty	62
4.6.	Matrix IE Hibiniu Beauty.....	65
4.7.	Analisis SWOT Hibiniu Beauty.....	66
4.8.	Implementasi Strategi Alternatif	70
BAB V PENUTUP		88
5.1.	Kesimpulan.....	88
5.2.	Kesimpulan Implementasi Strategi	89
5.3.	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....		92
LAMPIRAN KUESIONER.....		95
HASIL PLAGIASI.....		124

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Hibiniu Beauty Selama 3 Bulan Terakhir.....	6
Tabel 1.2 Pra Survey Analisis Lingkungan Hibiniu Beauty.....	7
Tabel 2.1 Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFE).....	16
Tabel 2.2 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFE).....	17
Tabel 2.3 Matriks IE.....	18
Tabel 2.4 Matriks SWOT.....	19
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Form Tanggapan Pelanggan.....	32
Tabel 3.2 Pengisian Rating Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS).....	33
Tabel 3.3 Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS).....	33
Tabel 3.4 Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS).....	34
Tabel 3.5 Pengisian Rating Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS).....	35
Tabel 3.6 Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS).....	35
Tabel 3.7 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)	35
Tabel 3.8 Matriks SWOT.....	36
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan dan Frekuensi Pembelian.....	39
Tabel 4.2 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Faktor Kekuatan (<i>Strengths</i>) Hibiniu Beauty.....	44
Tabel 4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Faktor Kelemahan (<i>Weakness</i>) Hibiniu Beauty.....	49
Tabel 4.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Faktor Peluang (<i>Opportunity</i>) Hibiniu Beauty.....	54
Tabel 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Faktor Ancaman (<i>Threat</i>) Hibiniu Beauty.....	59
Tabel 4.6 Matrix Internal Faktor Evaluation (IFE).....	60
Tabel 4.7 Matrix <i>External</i> Faktor Evaluation (EFE).....	63
Tabel 4.8 Matrix Internal <i>External</i> (IE).....	65
Tabel 4.9 Analisis SWOT.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Hibiniu Beauty.....	3
Gambar 1.2 <i>Packaging</i> dan Varian Hibiniu Beauty.....	3
Gambar 1.3 Profil Toko Hibiniu Beauty di Instagram.....	5
Gambar 1.4 Profil Toko Hibiniu Beauty di Shopee.....	5
Gambar 1.5 Konsumen <i>Repeat Order</i> Hibiniu Beauty.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3.1 Matrix.....	36
Gambar 4.1 Profil Toko Hibiniu Beauty di Instagram.....	37
Gambar 4.2 Profil Toko Hibiniu Beauty di Shopee.....	38
Gambar 4.3 Penjualan Hibiniu Beauty di Facebook.....	38
Gambar 4.4 Poster Lowongan Pekerjaan Hibiniu Beauty.....	70
Gambar 4.5 Poster Lowongan Pekerjaan Hibiniu Beauty.....	71
Gambar 4.6 Bukti <i>Chat Supplier</i>	72
Gambar 4.7 Bukti <i>Chat Supplier</i> Hibiniu Beauty.....	73
Gambar 4.8 Bukti <i>Chat</i> Konsumen Hibiniu Beauty.....	73
Gambar 4.9 Bukti <i>Chat</i> Konsumen Hibiniu Beauty.....	74
Gambar 4.10 Bukti <i>Chat</i> Konsumen Hibiniu Beauty.....	74
Gambar 4.11 Testimoni Konsumen Hibiniu Beauty.....	75
Gambar 4.12 <i>Royalty Card Reseller</i> Hibiniu Beauty.....	75
Gambar 4.13 Bukti <i>Chat Reseller</i> Hibiniu Beauty.....	76
Gambar 4.14 Bukti <i>Chat Reseller</i> Hibiniu Beauty.....	76
Gambar 4.15 Penawaran Konsinyasi Hibiniu Beauty di Ina Salon.....	77
Gambar 4.16 Penawaran Konsinyasi Hibiniu Beauty di Nikko Salon.....	77
Gambar 4.17 Penawaran Konsinyasi Hibiniu Beauty di café.....	78
Gambar 4.18 <i>Giveaway</i> Hibiniu Beauty x Implora.....	79
Gambar 4.19 Bundling <i>Skincare</i> Hibiniu Beauty x Hanasui.....	80
Gambar 4.20 Akun Tiktok Hibiniu Beauty.....	81
Gambar 4.21 <i>Design</i> Toko Hibiniu Beauty di Shopee.....	81
Gambar 4.22 Pembuatan Konten Hibiniu Beauty.....	82
Gambar 4.23 Pembuatan Konten Hibiniu Beauty.....	83
Gambar 4.24 Poster Lowongan Pekerjaan Hibiniu Beauty.....	84

Gambar 4.25 Surat Ijin Usaha Hibiniu Beauty..... 84
Gambar 4.26 Ekspedisi Hibiniu Beauty..... 85
Gambar 4.27 Tempat Penyimpanan *Stock* Masker Petal Hibiniu Beauty..... 86
Gambar 4.28 Tempat Display Masker Petal Hibiniu Beauty..... 86
Gambar 4.29 Bukti *Chat Supplier* Hibiniu Beauty..... 87

