

LAPORAN SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS NGESCO
MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT



RICO VINCENTIUS SUTRISNO

20.D1.0020

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

TAHUN 2024/2025

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS NGESCO
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT**

SKRIPSI

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen (S.M)**



RICO VINCENTIUS SUTRISNO

20.D1.0020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

TAHUN 2024/2025

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa mengenai strategi pengembangan usaha yang paling sesuai untuk meningkatkan omset dan memperluas sarana pemasaran dari bisnis *Ngesco*, yang merupakan suatu bisnis yang bergerak di bidang minuman dalam kemasan (*ready to drink*) berbahan dasar susu dengan berbagai varian rasa dan isian topping jelly. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian bersifat deskriptif kualitatif dengan alat pengumpulan data berupa kuisioner dan observasi terhadap responden untuk memperoleh sumber data primer. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, dan diolah menggunakan Matriks SWOT, untuk menentukan strategi pengembangan yang paling tepat untuk digunakan berdasarkan posisi perusahaan.

Dari hasil analisis, terlihat bahwa kekuatan utama *Ngesco* terletak di rasa produk yang unggul, harganya yang lebih terjangkau dibanding kompetitor serupa, dan packaging yang menarik dan praktis. Namun produk *ngesco* masih memiliki beberapa kelemahan seperti terbatasnya media pemasaran produk, inkonsistensi promosi melalui media sosial, dan tidak adanya karyawan. Di sisi eksternal, *Ngesco* memiliki peluang besar untuk memperluas pasar baik secara *online* maupun *offline*, potensi pengembangan produk yang luas, dan pemanfaatan media promosi yang beragam, namun ancaman yang dimiliki juga cukup kompleks karena banyaknya pesaing produk serupa di lokasi pemasaran yang berdekatan, masyarakat yang mengikuti tren hidup sehat dengan mengurangi gula, pemasaran dan jenis produk pesaing yang lebih beragam.

Strategi pengembangan yang telah diimplementasikan antara lain dengan adanya penambahan varian rasa baru, memperluas pemasaran offline dengan menambah tempat titip jual produk, membuka media pemasaran baru dengan memanfaatkan platform e-commerce, menambah peralatan produksi, mencari supplier dengan harga terjangkau, menyediakan QRIS, mengubah bahan pemanis menjadi susu kental manis, dan konsisten dalam melakukan promosi.

Kata kunci: strategi pengembangan, bisnis, analisis SWOT, Matriks IE, *Ngesco*.

ABSTRACT

This research was conducted to analyze the most appropriate business development strategy to increase sales and expand the marketing channels of Ngesco, a business operating in the ready-to-drink beverage sector, using milk-based products with various flavors and jelly toppings. This study employed a descriptive qualitative research method with data collection tools in the form of questionnaires and observations of respondents to obtain primary data sources. Data analysis was carried out using the IFE Matrix, EFE Matrix, and IE Matrix, and processed using the SWOT Matrix to determine the most suitable development strategy based on the company's current position.

The analysis results show that Ngesco's main strengths lie in its superior product taste, more affordable pricing compared to similar competitors, and attractive and practical packaging. However, the business still faces several internal weaknesses, such as limited marketing media, inconsistent social media promotions, and the absence of permanent employees. Externally, Ngesco has great opportunities to expand its market both online and offline, broad potential for product development, and various promotional media options. Nevertheless, the business also faces several complex threats, including a high number of competitors in nearby marketing areas, increasing health-conscious consumer behavior that reduces sugar intake, and the more diverse product types and marketing strategies of its competitors.

The development strategies that have been implemented include the introduction of new product variants, expansion of offline marketing through additional product consignment points, utilization of e-commerce platforms, procurement of additional production equipment, finding affordable suppliers, providing QRIS payment options, replacing sweeteners with condensed milk, and maintaining consistent promotional efforts.

Keywords: business development strategy, business, SWOT analysis, IE Matrix, Ngesco