

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS GOYENG MENGGUNAKAN
ANALISIS SWOT**

LAPORAN SKRIPSI



Andrew Eryan Chandra

20.D1.0027

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG 2024/2025

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS GOYENG MENGGUNAKAN
ANALISIS SWOT**

LAPORAN SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat mencapai gelar Sarjana pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik

Soegijapranata



Andrew Eryan Chandra

20.D1.0027

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG 2024/2025

ABSTRAK

Penelitian ini berfungsi untuk menganalisa strategi pengembangan bisnis kuliner *Goyeng*, sebuah usaha makanan yang berfokus pada sajian Chinese Food seperti lunpia kulit tahu dan nasi ngoyang. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara kepada pelanggan. Analisis data dilakukan menggunakan Matriks IFE, EFE, SWOT, dan IE guna mengetahui posisi strategi bisnis *Goyeng*.

Hasil dari analisis yang dilakukan memperoleh hasil dimana kekuatan utama *Goyeng* terletak pada kualitas rasa produk, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang memuaskan, sedangkan kelemahannya mencakup promosi yang belum optimal, keterbatasan varian menu, dan penggunaan kemasan plastik. Dari faktor eksternal, peluang yang dimiliki adalah potensi pasar digital dan minimnya pesaing di sekitar lokasi, sementara ancamannya meliputi perubahan tren konsumen dan lokasi usaha yang belum mandiri.

Strategi pengembangan yang telah diterapkan antara lain promosi digital, penambahan menu baru, partisipasi dalam bazaar, serta penggunaan kemasan ramah lingkungan. Implikasi dari strategi tersebut memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah pelanggan dan pendapatan. Hasil analisis Matriks IE menunjukkan bahwa posisi *Goyeng* berada di kuadran V (Hold and Maintain), yang menunjukkan potensi kuat untuk dikembangkan lebih lanjut.

Kata kunci: Strategi bisnis, SWOT, IE, kuliner, *Goyeng*

ABSTRACT

This study aims to analyze the business development strategy of Goyeng, a culinary business specializing in Chinese food such as tofu skin spring rolls (lunpia kulit tahu) and "nasi ngoyang." The research uses a descriptive quantitative approach, collecting data from questionnaires and interviews with customers. Data were analyzed using IFE, EFE, SWOT, and IE matrices to determine Goyeng's strategic business position.

The results show that Goyeng's main strengths lie in product taste, competitive pricing, and satisfactory service, while its weaknesses include limited promotion, lack of menu variety, and the use of plastic packaging. From the external environment, the business opportunities include digital market growth and the absence of direct competitors in the area, whereas threats involve changing consumer trends and a business location that is not yet independent.

Several development strategies have been implemented, including digital promotion, introducing new menu items, participating in food bazaars, and using environmentally friendly packaging. These strategies have had a positive impact on customer growth and revenue. The IE matrix analysis places Goyeng in quadrant V (Hold and Maintain), indicating strong potential for further development.

Keywords: Business strategy, SWOT, IE matrix, culinary, Goyeng