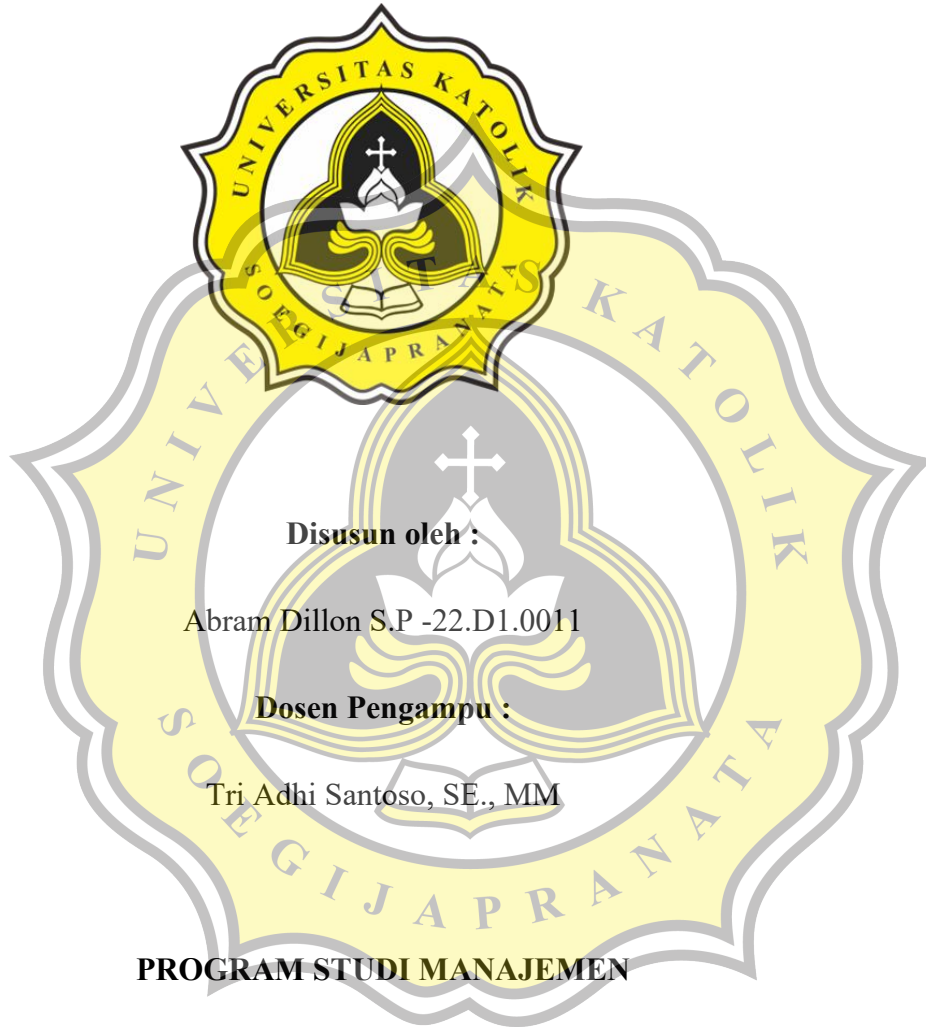


LAPORAN SKRIPSI

**PENYUSUNAN STRATEGI USAHA BARBERSHOP 33 MENGGUNAKAN
ANALISIS SWOT**



Disusun oleh :

Abram Dillon S.P -22.D1.0011

Dosen Pengampu :

Tri Adhi Santoso, SE., MM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

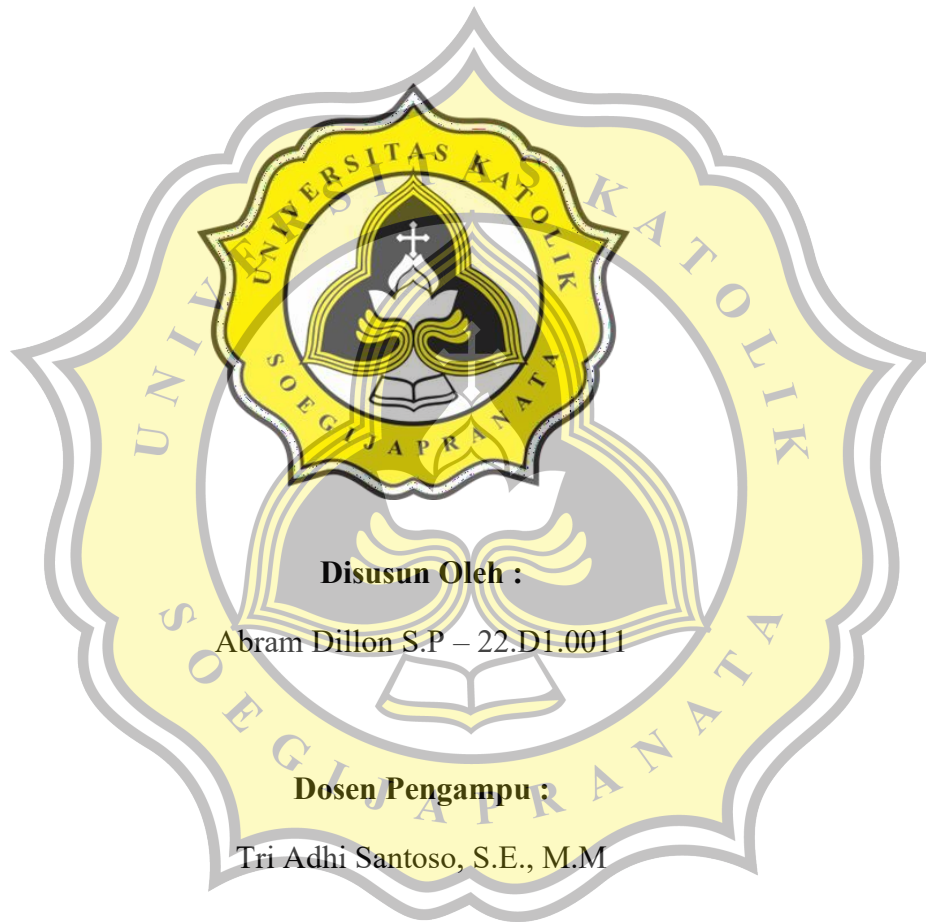
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2026

LAPORAN SKRIPSI
PENYUSUNAN STRATEGI USAHA BARBERSHOP 33 MENGGUNAKAN
ANALISIS SWOT

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana (S1) pada Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan usaha pada Barbershop 33 di Pekalongan dengan menggunakan analisis SWOT sebagai alat analisis strategis. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya tingkat persaingan usaha barbershop serta tuntutan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan inovasi layanan. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung terhadap aktivitas operasional usaha, wawancara dengan pihak pengelola, serta penyebaran kuesioner kepada pelanggan Barbershop 33. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi usaha. Selanjutnya, hasil analisis tersebut dipetakan ke dalam Matriks Internal-Eksternal (IE) dan Matriks SWOT guna merumuskan alternatif strategi yang relevan dengan kondisi usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Barbershop 33 berada pada posisi pertumbuhan (growth), yang mengindikasikan perlunya penerapan strategi agresif dengan memaksimalkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi yang direkomendasikan meliputi peningkatan kualitas pelayanan, optimalisasi promosi melalui media sosial, serta penguatan diferensiasi layanan guna meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis bagi Barbershop 33 dan memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan usaha jasa sejenis.

Kata kunci: strategi usaha, analisis SWOT, barbershop, UMKM.

ABSTRACT

This study aims to formulate business development strategies for Barbershop 33 in Pekalongan using SWOT analysis as a strategic analytical tool. The study is motivated by the increasing competition in the barbershop industry and the growing demands of customers for service quality and service innovation. A qualitative descriptive approach was employed, with data collected through direct observation of business operations, interviews with the business owner, and the distribution of questionnaires to customers of Barbershop 33. The collected data were analyzed using the Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrices to identify the internal and external conditions of the business. Furthermore, the results were mapped into the Internal–External (IE) Matrix and the SWOT Matrix to formulate appropriate strategic alternatives. The findings indicate that Barbershop 33 is positioned in the growth stage, suggesting the need to implement aggressive strategies by maximizing internal strengths to capitalize on external opportunities. The recommended strategies include improving service quality, optimizing social media promotion, and strengthening service differentiation to enhance business competitiveness. This study is expected to support strategic decision-making at Barbershop 33 and provide practical contributions to the development of similar service-based businesses.

Keywords: business strategy, SWOT analysis, barbershop, small and medium enterprises.