

SKRIPSI

**PENGEMBANGAN STRATEGI USAHA SEMIKA
AYAM DENGAN PENDEKATAN SWOT UNTUK
MEMENANGKAN PERSAINGAN DI PASAR B2B
(*BUSINESS TO BUSINESS*)**



**MARCELINUS RANGGA WAHYU WARDANA
22.D1.0140**

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

SKRIPSI

**PENGEMBANGAN STRATEGI USAHA SEMIKA
AYAM DENGAN PENDEKATAN SWOT UNTUK
MEMENANGKAN PERSAINGAN DI PASAR B2B
(*BUSINESS TO BUSINESS*)**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



**MARCELINUS RANGGA WAHYU WARDANA
22.D1.0140**

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

ABSTRAK

Persaingan pada sektor usaha pangan berbasis Business to Business (B2B) menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi yang adaptif, berdaya saing, dan berorientasi pada keberlanjutan. Semika Ayam sebagai pelaku usaha pemasok produk ayam segar dan olahan bagi sektor perhotelan di Kota Semarang menghadapi tantangan berupa meningkatnya intensitas persaingan, keterbatasan kapasitas produksi, serta tuntutan layanan yang cepat dan fleksibel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal perusahaan serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat guna meningkatkan daya saing Semika Ayam di pasar B2B.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan matriks SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa Semika Ayam berada pada kuadran V (hold and maintain), yang menandakan perusahaan memiliki peluang pasar yang baik namun perlu menjaga stabilitas operasional dan meningkatkan efisiensi internal. Strategi utama yang direkomendasikan meliputi penambahan modal usaha melalui fasilitas kredit perbankan, peningkatan kapasitas produksi secara bertahap, serta optimalisasi layanan operasional 24 jam tanpa hari libur sebagai keunggulan kompetitif.

Implementasi strategi tersebut diharapkan mampu memperkuat posisi kompetitif Semika Ayam, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta mendorong pertumbuhan usaha yang berkelanjutan di tengah dinamika pasar B2B.

Kata kunci: Strategi usaha, SWOT, daya saing, B2B, Semika Ayam