

LAPORAN SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MATCHALOVE MENGGUNAKAN
ANALISIS SWOT



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2025

LAPORAN SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MATCHALOVE MENGGUNAKAN
ANALISIS SWOT

Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana



CHRISTABEL ENRICO RAFARREL

22.D1.0108

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2026

ABSTRAK

Perkembangan industri fashion yang didukung oleh kemajuan teknologi digital telah mendorong meningkatnya persaingan bisnis, khususnya pada usaha retail fashion berbasis platform digital. Matchalove sebagai usaha retail fashion yang memanfaatkan TikTok Live sebagai media utama pemasaran menghadapi berbagai tantangan, seperti ketidakstabilan jadwal live streaming, promosi yang belum optimal, serta persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal usaha Matchalove, merumuskan strategi pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT, serta mengetahui hasil implementasi strategi yang telah diterapkan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner kepada konsumen. Analisis data dilakukan menggunakan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), Matriks Internal-Eksternal (IE), dan Matriks SWOT sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Matchalove memperoleh skor Matriks IFE sebesar 2,658 dan Matriks EFE sebesar 2,760 sehingga berada pada Sel V Matriks IE (Hold and Maintain). Posisi tersebut menunjukkan bahwa usaha memiliki kondisi internal dan eksternal yang cukup baik sehingga perlu mempertahankan kinerja sekaligus melakukan pengembangan secara bertahap. Analisis SWOT menghasilkan beberapa strategi utama, yaitu memperluas penjualan melalui berbagai platform digital, mengembangkan variasi model produk, menampilkan testimoni pelanggan, serta menyusun program promosi secara rutin melalui media sosial. Hasil implementasi menunjukkan bahwa strategi promosi rutin melalui media sosial memberikan dampak paling signifikan terhadap peningkatan interaksi konsumen, sedangkan strategi pengembangan variasi produk dan penyajian testimoni mampu meningkatkan ketertarikan serta kepercayaan pelanggan terhadap produk Matchalove. Oleh karena itu, penerapan analisis SWOT dapat menjadi dasar yang efektif dalam menyusun strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan daya saing dan mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

Kata kunci: strategi pengembangan usaha, analisis SWOT, IFE, EFE, retail fashion, TikTok Live.

ABSTRACT

The rapid growth of the fashion industry, supported by digital technology, has intensified competition among fashion retail businesses, particularly those operating through digital platforms. Matchalove, a fashion retail business that relies on TikTok Live as its primary marketing channel, faces several challenges, including inconsistent live streaming schedules, limited promotional activities, and increasing market competition. This study aims to analyze Matchalove's internal and external business environment, formulate business development strategies using SWOT analysis, and evaluate the implementation of the proposed strategies.

This research employed a descriptive qualitative approach. Data were collected through observations, interviews, documentation, and questionnaires distributed to consumers. The data were analyzed using the Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix, External Factor Evaluation (EFE) Matrix, Internal-External (IE) Matrix, and SWOT Matrix to formulate appropriate business development strategies.

The findings indicate that Matchalove achieved an IFE score of 2.658 and an EFE score of 2.760, placing the business in Cell V of the IE Matrix, which represents the Hold and Maintain position. This position indicates that the business has a relatively stable internal and external condition and should focus on maintaining its current performance while pursuing gradual business development. The SWOT analysis generated several strategic alternatives, including expanding sales through multiple digital platforms, developing more diverse product models, displaying customer testimonials, and implementing regular promotional programs on social media. The implementation results reveal that regular social media promotional programs produced the most significant improvement in customer engagement, while product diversification and customer testimonials successfully enhanced consumer interest and trust in Matchalove's products. Therefore, SWOT analysis can serve as an effective strategic tool for developing sustainable business strategies, strengthening competitive advantage, and supporting long-term business growth.

Keywords: business development strategy, SWOT analysis, IFE, EFE, fashion retail, TikTok Live.