

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PUSAT TERPAL
SEMARANG BERDASARKAN ANALISIS SWOT**



GABRIEL GAGAH IMANSANTOSA

22.D1.0223

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

SEMARANG

2026

LAPORAN SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PUSAT TERPAL SEMARANG BERDASARKAN ANALISIS SWOT

Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh gelar Sarjana

Ekonomi pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata



GABRIEL GAGAH IMANSANTOSA

22.D1.0223

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

SEMARANG

2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal serta eksternal pada Pusat Terpal Semarang, merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha yang tepat, dan mengevaluasi hasil implementasinya terhadap peningkatan daya saing serta omzet penjualan. Latar belakang penelitian didasari oleh tingginya tingkat persaingan bisnis terpal di Kota Semarang serta adanya peluang pasar dari pertumbuhan sektor konstruksi, logistik, dan pertanian.

Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner kepada 36 pelanggan aktif menggunakan metode sensus. Analisis data dilakukan dengan memanfaatkan Matriks Internal Factor Evaluation, External Factor Evaluation, Internal-External, serta Matriks SWOT. Hasil evaluasi menunjukkan total skor tertimbang faktor internal sebesar 3,48 dan faktor eksternal sebesar 3,04. Posisi bisnis Pusat Terpal Semarang berada pada Sel I Matriks IE yaitu tumbuh dan berkembang, yang mengarahkan usaha pada penetrasi pasar, pengembangan pasar, serta pengembangan produk.

Implementasi strategi perluasan pangsa pasar melalui layanan pemesanan khusus dan promosi media sosial terbukti memberikan dampak positif. Hal ini ditunjukkan dengan bertambahnya pelanggan baru dari berbagai sektor usaha, peningkatan tayangan media sosial, kenaikan rata-rata pelanggan bulanan dari 22 menjadi 25 orang, serta peningkatan rata-rata omzet bulanan dari Rp146.010.150,00 menjadi Rp161.155.100,00. Selain itu, efektivitas promosi digital dan pemberian layanan purna jual yang responsif juga terbukti mampu memperkuat loyalitas pelanggan serta menjaga keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: *Analisis SWOT, Strategi Pengembangan Usaha, Matriks IFE dan EFE, Matriks IE, Pusat Terpal Semarang, Pemasaran Digital.*

ABSTRACT

This study aims to identify internal and external factors at Pusat Terpal Semarang, formulate appropriate business development strategies, and evaluate their implementation impact on competitiveness and revenue growth. The research was driven by intense competition in the tarpaulin industry in Semarang alongside emerging market opportunities from the construction, logistics, and agriculture sectors.

A descriptive qualitative method was applied, utilizing field observations, interviews, documentation, and questionnaires distributed to 36 active customers via a census sampling approach. Data were processed through the Internal Factor Evaluation Matrix, External Factor Evaluation Matrix, Internal-External Matrix, and SWOT Matrix. The evaluation yielded a total weighted internal score of 3.48 and an external score of 3.04. The Internal-External Matrix positioned Pusat Terpal Semarang in Cell I (Grow and Build), directing the business toward market penetration, market development, and product development.

Implementation of market expansion strategies using custom-size orders and active social media promotions yielded positive performance results. This was reflected in the acquisition of new corporate clients across multiple sectors, increased social media reach, a rise in average monthly customers from 22 to 25, and a growth in average monthly revenue from IDR 146,010,150 to IDR 161,155,100. Furthermore, digital advertising efficiency and responsive after-sales services successfully strengthened customer retention and overall business sustainability.

Keywords: *SWOT Analysis, Business Development Strategy, IFE and EFE Matrix, IE Matrix, Pusat Terpal Semarang, Digital Marketing.*