

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MENGGUNAKAN
METODE SWOT, DAN BCG
(STUDI KASUS: LAKOE.FOOD)**

SKRIPSI

Program Studi Teknik Industri
Jurusan Teknik Industri

Oleh:

RULLY SETIAWAN

D1061181018



**FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025**

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rully Setiawan

NIM : D1061181018

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha menggunakan Metode SWOT, dan BCG (Studi Kasus : Lakoe Food)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun. Sepanjang sepengetahuan Saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah dituliskan dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar rujukan.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Saya sanggup menerima konsekuensi akademis dan hukum di kemudian hari apabila pernyataan ini dibuat tidak benar.

Pontianak, 16 Januari 2025



Rully Setiawan

NIM. D1061181018



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS TEKNIK

Jalan Prof. Dr. H. Hadari Nawawi Pontianak 78124
Telp. (0561) 740186 WA. +6282152280907
Email : ft@untan.ac.id Website : teknik.untan.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

**“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN MENGGUNAKAN
METODE SWOT, DAN BCG (STUDI KASUS : LAKOE FOOD)”**

Program Studi Sarjana Teknik Industri
Jurusan Teknik Industri

Oleh :
RULLY SETIAWAN
NIM D1061181018

Telah dipertahankan di depan Penguji Skripsi pada tanggal 16 januari 2025 dalam sidang dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana.

Susunan Penguji dan Pembimbing Skripsi :

Dosen Pembimbing Utama	: Febri Prima, S.T., M.Sc. NIP. 199002282019031006
Dosen Pembimbing Pembantu	: Dedi Wijayanto, S.T., M.T. NIP. 197908082008011005
Dosen Penguji Utama	: Noveicalistus H. Djanggu, S.T., M.T. NIP. 198311022008011002
Dosen Penguji Pembantu	: Tri Wahyudi, S.T., M.T. NIP. 198105292010121002

Dekan



Dr. -Ing. Ir. Slamet Widodo, M.T., IPM
NIP. 196712231992031002

Pontianak, 16 Januari 2025
Pembimbing Utama

Febri Prima, S.T., M.Sc.
NIP. 199002282019031006

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan lancar. Selama penyusunan skripsi ini saya banyak mendapatkan saran, dukungan, motivasi dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang mendukung. Halaman persembahan ini saya persembahkan untuk kedua Orang Tua saya yang telah banyak mendukung saya serta memberikan motivasi dan materi selama perkuliahan serta dalam penyusunan skripsi ini. Tak lupa saya ucapkan terima kasih kepada teman-teman Teknik Industri angkatan 2018 atas perjuangan bersama selama perkuliahan. Kepada pihak UKM Lakoe Food yang terlibat, saya juga ingin menyampaikan terima kasih karena sudah membantu dan menjadi tempat saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

PRAKATA

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha dengan Menggunakan Metode SWOT, dan BCG (Studi Kasus : Lakoe Food)”. Skripsi ini disusun sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura Pontianak.

Selama penyusunan skripsi ini, saya sebagai penulis banyak dibantu oleh berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr.-Ing. Ir. Slamet Widodo, M.T., IPM. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura.
2. Bapak Noveicalistus H Djanggu, S.T., M.T. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura dan selaku Dosen penguji utama yang sudah memberikan saran serta masukan terhadap skripsi saya.
3. Bapak Dedi Wijayanto, S.T., M.T. selaku Ketua Prodi Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura dan selaku Dosen pembimbing pendamping yang banyak memberikan motivasi, saran, serta masukan pengerjaan skripsi.
4. Bapak Tri Wahyudi, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing Akademik dan selaku dosen Penguji pendamping yang telah memberikan bimbingan, dukungan, saran dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Febri Prima, S.T., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan, dukungan, saran dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Pihak yang memiliki usaha Lakoe Food, serta pelanggan Lakoe Food yang sudah membantu saya dalam memberikan informasi dan data terhadap usaha Lakoe Food.
7. Keluarga tercinta yang telah memberikan doa serta dukungan materi dan motivasi yang membangun semangat saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2018 yang sudah sama-sama berjuang dari awal perkuliahan hingga akhir.

9. Berbagai pihak terkait yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan dan bantuannya dalam penulisan skripsi ini.

Semoga segala dukungan, bantuan bimbingan dan doa yang telah diberikan kepada penulis mendapat limpahan rahmat dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik secara tata Bahasa, tata tulis atau dari segi lainnya. Untuk itu, saran dan kritik yang bersifat membangun senantiasa diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Pontianak, 22 Januari 2025

Rully Setiawan

ABSTRAK

Lakoe Food adalah salah satu jenis UKM yang bergerak pada bidang kuliner seblak. Lakoe Food sendiri sudah berdiri sejak tahun 2020. Awal bedirinya Lakoe Food pemasaran yang dilakukan hanya dilakukan melalui sosial media Lakoe Food (@lakoe.food) yang masih aktif hingga saat ini. Diharapkan pada penelitian ini dapat membantu dalam memberi ide ataupun masukan kepada pemilik usaha untuk meningkatkan penjualan. penelitian ini juga bertujuan untuk memperoleh rekomendasi strategi pemasaran yang sesuai dengan memanfaatkan analisis SWOT dan *Boston Consulting Group*.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner dengan memanfaatkan pendapat sebanyak 35 responden yang sudah pernah membeli produk Lakoe.Food. Setelah itu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji tingkat valid dan tingkat konsisten dari pernyataan kuisioner penelitian. Jika hasil uji validitsa dan uji reliabilitas sudah mengatakan bahwa kuisioner penelitian valid dan reliabel, maka penelitian dapat dilanjutkan pada tahap pengolahan data menggunakan metode SWOT, dan BCG (*Boston Consulting Grooup*). Metode SWOT dan BCG (*Boston Consulting Group*) digunakan untuk untuk mengetahui posisi kuadran Lakoe Food dan mengetahui strategi yang cocok untuk diterapkan pada usaha Lakoe.Food.

Berdasarkan analisis SWOT penelitian didapatkan hasil bahwa posisi kuadran SWOT pada usaha Lakoe.Food berada pada kuadran II (strategi diversifikasi) atau strategi ST. Adapun alternatif strategi yang dapat diterapkan adalah, meningkatkan inovasi dan kualitas produk, serta menambahkan opsi pembayaran transaksi Lakoe.Food. Sedangkan pada metode BCG mendapatkan hasil perhitungan pertumbuhan pasar Lakoe.Food sebesar -4,27%, sedangkan pangsa pasar relatif setelah dilakukan perbandingan dengan usaha sejenis adalah sebesar 0,65. Sehingga posisi kuadran BCG terhadap Lakoe.Food adalah terletak pada posisi kuadran sapi perah (*cash cow*). Maka dari itu, strategi yang tepat untuk posisi kuadran sapi perah adalah dengan meningkatkan pemasaran produk Lakoe.Food.

Kata Kunci: Lakoe.Food, Analisis SWOT, *Boston Consulting Group*, BCG, pemasaran.

ABSTRACT

Lakoe Food is one type of SME that operates in the culinary field of seblak. Lakoe Food itself has been established since 2020. At the beginning of its establishment, Lakoe Food's marketing was only conducted through its social media, Lakoe Food (@lakoe.food), which is still active to this day. It is hoped that this research can help provide ideas or suggestions to the business owner to increase sales. This research also aims to obtain appropriate marketing strategy recommendations by utilizing SWOT analysis and the Boston Consulting Group.

Data collection was conducted using a questionnaire by utilizing the opinions of 35 respondents who had previously purchased Lakoe.Food products. After that, validity and reliability tests were conducted to examine the validity and consistency levels of the research questionnaire statements. If the results of the validity and reliability tests indicate that the research questionnaire is valid and reliable, then the research can proceed to the data processing stage using the SWOT and BCG (Boston Consulting Group) methods. The SWOT and BCG (Boston Consulting Group) methods are used to determine the quadrant position of Lakoe Food and to identify suitable strategies to be applied to the Lakoe.Food business.

Based on the SWOT analysis, the research found that the SWOT quadrant position of Lakoe.Food's business is in quadrant II (diversification strategy) or ST strategy. The alternative strategies that can be implemented are to enhance product innovation and quality, as well as to add payment options for Lakoe.Food transactions. Meanwhile, using the BCG method, the market growth calculation for Lakoe.Food is -4.27%, while the relative market share, after comparison with similar businesses, is 0.65. Thus, the BCG quadrant position for Lakoe.Food is located in the cash cow quadrant. Therefore, the appropriate strategy for the cash cow quadrant position is to enhance the marketing of Lakoe.Food products.

Keywords: Lakoe.Food, SWOT Analysis, Boston Consulting Group, BCG, marketing.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR PERSAMAAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	3
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Strategi	5
2.2 Pengembangan Usaha	6
2.3 Analisis SWOT	7
2.3.1 Matriks SWOT	7
2.3.2 <i>Internal Factor Evaluation</i>	8
2.3.3 <i>Eksternal Factor Evaluation</i>	10
2.4 <i>Boston Consulting Group</i>	11

2.5 Penelitian Terdahulu	13
2.6 Posisi Penelitian Terhadap Penelitian Terdahulu.....	18
BAB III.....	20
METODOLOGI	20
3.1 Objek Penelitian.....	20
3.2 Alat dan Bahan.....	20
3.3 <i>Flowchart</i> Penelitian	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	24
4.2 Penentuan Responden	24
4.3 Rekapitulasi Hasil Kuisisioner	25
4.3.1 Responden Kuisisioner Pihak Perusahaan.....	25
4.3.2 Responden Kuisisioner Konsumen.....	27
4.4 Pengujian Data.....	28
4.5 IFE Dan EFE	30
4.5.1 <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	30
4.5.2 <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	32
4.6 SWOT	34
4.7 Boston Consulting Group.....	38
4.8 Rekomendasi Perbaikan.....	40
4.9 Analisis Strategi	41
BAB V PENUTUP.....	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran	45
REFERENSI	46
LAMPIRAN.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Grafik BCG	12
Gambar 3. 1 Flowchart Penelitian.....	21
Gambar 4. 1 Grafik posisi SWOT Lakoe Food.....	36
Gambar 4. 2 Matriks BCG	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan 'Lakoe Food'	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 4. 1 Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Pihak Perusahaan	26
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Konsumen	27
Tabel 4. 3 Uji Validitas Kuisisioner Konsumen	29
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas Kuisisioner Konsumen	30
Tabel 4. 5 IFE <i>Strength and Weakness</i>	31
Tabel 4. 6 EFE <i>Opportunities and Threats</i>	33
Tabel 4. 7 Strategi SWOT Lakoe Food.....	37
Tabel 4. 8 Data Penjualan Lakoe food dan Borneo Foodie	38
Tabel 4. 9 Hasil Perhitungan BCG Lakoe Food dan kompetitor	39
Tabel 4. 10 Rekomendasi Perbaikan	41

DAFTAR PERSAMAAN

Persamaan 2.1 Tingkat Pertumbuhan Pasar	13
Persamaan 2.2 Pangsa Pasar Relatif	13

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masa perekonomian saat ini mengharuskan perusahaan untuk mengembangkan usaha agar lebih baik untuk kedepannya dalam menghadapi persaingan-persaingan dari berbagai pihak. Mengembangkan usaha sendiri diperlukan aktivitas pengelolaan yang berkaitan pada operasional, pemasaran, dan keuangan secara baik agar tujuan maupun target pada perusahaan lebih cepat tercapai. Dunia bisnis sangat erat kaitannya dengan persaingan sehingga tiap perusahaan diharapkan untuk lebih baik dalam merancang strategi-strategi agar dapat bertahan di dalam pasar dengan cara memperhatikan perubahan-perubahan yang terjadi.

Lakoe Food adalah salah satu jenis UKM yang bergerak pada bidang kuliner seblak. Lakoe Food sendiri sudah berdiri sejak tahun 2020, dengan mengawali usaha dengan sistem *pre-order* (pesan-antar) hingga toko pertama Lakoe Food berdiri pada tahun 2021. Dalam sehari, pendapatan yang dihasilkan oleh UKM Lakoe Food berkisar diantara Rp 200.000,00 hingga Rp 400.000,00 dengan harga satuan Rp 10.000,00.

Awal bedirinya Lakoe Food pemasaran yang dilakukan hanya dilakukan melalui sosial media Lakoe Food (@lakoe.food) yang masih aktif hingga saat ini. Diharapkan pada penelitian ini dapat membantu dalam memberi ide ataupun masukan kepada pemilik usaha untuk meningkatkan penjualan.

Faktor lingkungan perusahaan menjadi hal yang sangat penting dalam strategi pemasaran, maka pihak Lakoe Food perlu memperhatikan aspek lingkungan. Hal ini akan berdampak pada setiap jenis usaha harus menjalankan operasionalnya secara efektif dan efisien dalam bidang pemasaran. Instrumen-instrumen yang terdapat pada strategi pemasaran akan membantu setiap jenis usaha dalam memperkirakan cara terbaik untuk menentukan suatu strategi dan hal apa saja yang perlu diperhatikan dalam menjalankan strategi tersebut.

Tabel 1.1 Data Penjualan 'Lakoe Food'

Bulan	Penjualan (Porsi)	Omset (Rp)
April	600	6.000.000
Mei	589	5.890.000
Juni	810	8.100.000
Juli	868	8.680.000
Agustus	744	7.440.000
September	690	6.900.000

Dilihat dari data penjualan di atas, Lakoe Food mengalami permasalahan dengan penjualan yang bersifat fluktuatif atau tidak stabil. Wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha, faktor pertama yang menjadi alasan adalah banyaknya usaha sejenis sehingga persaingan dengan bisnis serupa menjadi ancaman. Banyaknya pesaing membuat konsumen memiliki banyak pilihan lain dan meningkatkan kemungkinan konsumen beralih menikmati seblak selain dari Lakoe Food.

Selain itu, terdapat alasan lain yaitu kurangnya promosi yang dilakukan pihak Lakoe Food untuk dikenal luas. Adanya promosi, diharapkan dapat meningkatkan angka penjualan produk. Saat wawancara dengan pemilik usaha Lakoe Food, dapat diketahui promosi yang dilakukan masih kurang dikarenakan pihak Lakoe Food hanya menggunakan sosisa media seperti Instagram dalam menjalankan promosi usaha.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diperlukan strategi pemasaran untuk menentukan strategi yang tepat dengan harus mengetahui apa saja faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor peluang dan ancaman pada usaha Lakoe Food. Maka dari itu, analisis SWOT dan *Boston Consulting Group* dinilai tepat untuk mengetahui solusi yang tepat sebagai strategi untuk mengembangkan usaha Lakoe Food berdasarkan latar belakang permasalahan yang ditemui.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, masalah yang ditemui pada usaha Lakoe Food adalah tingkat penjualan produk Lakoe Food yang tidak stabil (fluktuatif) serta kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak Lakoe Food.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, dapat dilihat bahwa tujuan dilakukan penelitian kali ini adalah dapat mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal pada unit usaha Lakoe Food. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memperoleh rekomendasi strategi pemasaran yang sesuai dengan memanfaatkan analisis SWOT dan *Boston Consulting Group*.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan untuk menetapkan fokus penelitian yang dilakukan agar lebih terarah dan sesuai dengan perumusan masalah. Batasan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Permasalahan yang dijadikan objek penelitian adalah unit usaha Lakoe Food.
2. Data yang digunakan adalah data unit usaha Lakoe Food dalam jangka waktu enam bulan dan pengumpulan kuisioner konsumen Lakoe Food
3. Penelitian difokuskan pada sistem pemasaran unit usaha Lakoe Food.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penting untuk diperhatikan agar penelitian yang dihasilkan bisa tersusun secara runtut dan rapi. Adapun sistematika penulisan pada penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menjelaskan secara singkat latar belakang, rumusan masalah, tujuan, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan peneliti sebagai studi literatur terhadap penelitian yang dilakukan. Bab ini juga berisi tentang uraian singkat tentang penelitian pendahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian berisi tentang objek penelitian, alat dan bahan yang digunakan, serta diagram alur penelitian. Objek penelitian merupakan topik yang akan dibahas dalam penelitian, alat dan bahan penelitian adalah segala kebutuhan yang diperlukan selama penelitian berlangsung, dan diagram alir merupakan gambaran urutan penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini merupakan bagian penting dalam penyusunan laporan penelitian ini. Bab ini dilakukan pengumpulan data terlebih dahulu kemudian setelah data yang dikumpulkan dirasa cukup akan dilakukan pengolahan data menggunakan metode yang digunakan pada penelitian, sehingga permasalahan yang ditemukan dapat terjawab.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup laporan penelitian. Bab ini berisi tentang kesimpulan singkat mengenai hasil dari penelitian yang sudah dilakukan dan saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada pembaca untuk mempermudah penelitian sejenis selanjutnya.