

**PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS  
PT. SEMARANG GARMENT**

AFIFF BINTANG NUGRAHA

NIM: 141130235

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen  
Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi bisnis pada PT. Semarang Garment serta menentukan prioritas strategi yang dapat digunakan PT. Semarang Garment. Tahap awal yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu, menganalisis kondisi lingkungan eksternal dan lingkungan internal PT. Semarang Garment. Analisis tersebut dilakukan untuk mengetahui peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan yang dimiliki oleh PT. Semarang Garment. Pengembangan strategi didasari oleh konsep ilmu manajemen strategi dengan menggunakan alat analisis yaitu matriks SWOT yang menghasilkan 5 alternatif strategi pengembangan, Matriks IE menunjukkan posisi PT. Semarang Garment berada pada kuadran I dengan kondisi bertumbuh dan dibangun (strategi yang dapat diterapkan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk) dan Matriks *Grand Strategy* yang menempatkan posisi PT. Semarang Garment berada pada kuadran I (strategi yang dapat digunakan adalah pengembangan produk dan pasar, penetrasi pasar). Alternatif strategi tersebut kemudian dianalisis menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk mengetahui alternatif strategi yang memiliki skor daya tarik tertinggi. Hasil analisis menggunakan QSPM menunjukkan bahwa strategi Bersinergi dengan lembaga kejuruan untuk memberikan keahlian khusus pada siswa sehingga lulusan dari lembaga tersebut dapat menyediakan sumber daya manusia dengan sistem kontrak kerja, memiliki skor daya tarik yang tinggi.

Kata Kunci : Pengembangan Strategi, SWOT, IE, *Grand Strategy*, QSPM.