

**STRATEGI BISNIS PADA PERUSAHAAN MINYAK GORENG
“RISE STARS” MALANG**

SKRIPSI



Oleh :

NORA OKTAFIA

1442010046

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”JAWA
TAMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2018

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan proposal skripsi ini yang berjudul “Strategi Bisnis Pada Perusahaan Minyak goreng “Rise Star” Singosari- Malang”

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan proposal skripsi, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada bapak Dr. Edi Poernomo,SE.MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan sehingga terselesaikannya laporan proposal skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr.Lukman Arif,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra.Sonja Andarini,M.Si., selaku koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang tua yang telah memberikan dorongan semangat dan juga kasih sayang serta kesabaran yang tiada henti dalam mendukung penyelesaian laporan proposal skripsi ini.

5. Teman – teman Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2014, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Dalam penyusunan laporan proposal skripsi, penulis menyadari banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun dalam segi penyusunannya. Untuk itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran dan kritik yang bersifat membangun.

Besar harapan penulis agar laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua. Amin.

Surabaya, 15 maret 2018

Penulis

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan proposal skripsi ini yang berjudul “Strategi Bisnis Pada Perusahaan Minyak goreng “Rise Star” Singosari- Malang”

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan proposal skripsi, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada bapak Dr. Edi Poernomo,SE.MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan sehingga terselesaikannya laporan proposal skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

6. Bapak Dr.Lukman Arif,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Ibu Dra.Sonja Andarini,M.Si., selaku koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
8. Bapak Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Faku Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
9. Orang tua yang telah memberikan dorongan semangat dan juga kasih sayang serta kesabaran yang tiada henti dalam mendukung penyelesaian laporan proposal skripsi ini.

10. Teman – teman Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2014, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Dalam penyusunan laporan proposal skripsi, penulis menyadari banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun dalam segi penyusunannya. Untuk itu, penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran dan kritik yang bersifat membangun.

Besar harapan penulis agar laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua. Amin.

Surabaya, 15 maret 2018

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Strategi	17
2.2.1.1 Definisi	17
2.2.1.2 Tipe-Tipe Strategi	19
2.2.1.3 Tingkatan Strategi	
2.2.1.4 Strategi tingkat Fungsional	
2.2.1.5 Macam-macam Strategi Fungsional	23
2.2.1.6 Strategi Bersaing	43
2.2.2 Manajemen Strategi	51
2.2.2.1 Definisi	51

2.2.2.2	Manfaat Manajemen Strategi	52
2.2.3	Definisi Bisnis	54
2.2.4	Strategi Bisnis	56
2.2.5	Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	56
2.2.5.1	Devinisi (UMKM)	56
2.2.5.2	Asas-Asas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	59
2.2.5.3	Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Perkembangan	61
2.2.5.4	Kekuatan dan Kelemahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	63
2.2.5.5	Hakikat, Bentuk dan Jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	66
2.2.6	Definisi CV	67
2.2.6.1.	Jenis-jenis persekutuan komoditer (CV).....	65
2.2.7	Analisis SWOT	67
2.2.7.1	Pengertian	67
2.2.7.2	Cara Membuat Analisis SWOT	
2.2.8	Penjualan
2.2.8.1	Definisi	77
2.2.8.2	Proses Penjualan	78
2.2.8.3	Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	80
2.2.9	Profit	82

2.2.9.1 Jenis-Jenis Laba	83
2.2.10 Kerangka Berpikir	84
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	87
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	87
3.2 Batasan Masalah Penelitian	89
3.3 Lokasi Penelitian	89
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	90
3.4.1 Populasi	90
3.4.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	90
3.5 Obyek dan Informasi Penelitian	92
3.5.1 Obyek	92
3.5.2 Informasi Penelitian	92
3.6 Teknik Pengumpulan Data	93
3.7 Teknik Analisis Data	94
3.8 Membuat Matrik SWOT (EFAS dan IFAS)	99
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	105
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian	105
4.1.1 Profil Perusahaan	
4.2 Hasil Penyajian Data	108
4.2.1 Hasil Interview ..viii.....	109
4.2.2 Data Informan	135

4.3.1 Hasil	136
4.3. Hasil penelitian Pada Minyak Goreng “Rise Stars” ...	136
4.3.2 Tahap Pengumpulan Data	136
4.3.2.1 Data Eksternal	136
4.3.2.2 Data Internal	140
4.4. Pembahasan	146
4.4.1 Tahap analisis faktor internal dan eksternal dengan menggunakan tabel EFAS IFAS	146
4.4.2 Tahap Analisis menggunakan diagram menggunakan diagram SWOT	160
4.4.3 Skala Prioritas Strategi	166
4.4.4 Perbandingan Hasil Penelitian pada minyak goreng “Rais Stars” Malang	172
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	179
5.2 Saran	185

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Produksi Konsumsi Minyak Nabati di Dunia	7
Tabel 1.2	Estimasi Produk Minyak Sawit di Indonesia	6
Tabel 1.3	Data Pesaing Minyak Goreng “Rais Stars”	12
Tabel 4.4	Daftar Produk Minyak goreng “Rise Stars”	106
Tabel 4.5	Hasil wawancara dengan Pemilik Minyak goreng “Rise Stars”	109
Tabel 4.6	Hasil wawancara dengan Karyawan Minyak Goreng “Rise Stars”	122
Tabel 4.7	Hasil wawancara dengan Konsumen akhir Minyak Goreng “Rise Stars”	126
Tabel 4.8	Hasil wawancara dengan Konsumen awal minyak Goreng “Rise Stars”	130
Tabel 4.9	Data Informan Penelitian	135
Tabel 4.10	Perbandingan Minyak goreng di pasar tradisional	138
Tabel 4.11	Efas Minyak goreng “Rise Stras”	146
Tabel 4.12	Ifas Minyak goreng “Rise Stras”	152
Tbel 4.13	Perumusan Strategi Kuantitatif Matrik SWOT	162
Tabel 4.14	Matrik Perencanaan Kombinasi Strategi Kuantitatif	163

STRATEGI BISNIS PADA MINYAK GORENG “RISE STARS” MALANG

Nora Oktafia

1442010046

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

noraoktafia@gmail.com

ABSTRAKSI

Minyak goreng “Rise Stars” merupakan minyak goreng kemasan yang diproduksi oleh CV. Ucla Lestari Unggul perusahaan ini berlokasi di di Perum Bumi Banjararum Asri A/25 Singosari. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis strategi bisnis yang dapat digunakan oleh minyak goreng “Rise Stars” dalam mengatasi kelemahan dan ancaman yang dimiliki dengan mengandalkan kekuatan dan peluang yang ada.

Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan menggunakan alat analisis SWOT table IFAS, dan EFAS. Hasil analisis minyak goreng “Rise Stars” berada di kuadran 1 (satu) yaitu dimana situasi ini sangat menguntungkan. Minyak goreng “Rise Stars” memiliki peluang dan kekuatan, untuk dapat menjalankan bisnisnya. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy). Strategi yang dapat diterapkan adalah memperthankan harga produk yang dijual tetap dapat bersaing, mempertahankan kerja sama dengan para supplier dan mengutamakan bahan baku yang diperoleh dari supplier adalah bahan baku yang berkualitas baik dan berharga murah, memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen untuk meningkatkan penjualan meningkatkan kegiatan promosi yang semakin luas agar merk produk dapat lebih dikenal konsumen.

Kata kunci : analisis faktor kelemahan.kekuatan, ancaman , peluang dan strategi bisnis

ABSTRACT

Nora Oktafia, 1442010046, Business Strategy of Cooking Oil “Rais Stars”

Cooking oil “Rais Stars” is package cooking oil that be produced by CV Ucla Lestari Unggul in Perum Bumi Banjararum Asri A/25 Singosari. The purpose of study is to know an analyse the business strategic that can be used by cooking oil “Rise Stars” resolve weakness an threats with relying the power and opportunity that exist.

Qualitative method with descriptive approach and use instrument analysis, SWOT, IFAS, EFAS. The result of cooking oil “Rise Stars” analyse in grade 1 (one) it is so profitable. Cooking oil “Rise Stars” has opportunity and strength to execute his business. Strategy that must be used in the condition is supporting the aggressive wisdom of growth (growth oriented strategy). Strategy keeping the cooperation with suppliers and use the good and cheap material, from supplier, give the best quality service for customers to increase sales and promotion activities to make the product to be known by the customers.

Keyword : Analysis factor weakness, strength, threats, opportunity, and strategy