

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
ADHEW SALAD**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh :

**SRI RATNA
NIM : 2411907635**



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
ADHEW SALAD**

Oleh :

Nama : Sri Ratna
NIM : 2411907635
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 14 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Maya Andini

Maya Andini Kartikasari, SP., MM

Altatit Dianawati, S.Si., MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
ADHEW SALAD**

Oleh :

Nama : Sri Ratna
NIM : 2411907635
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada :

Hari : Senin
Tanggal : 14 Agustus 2023
Waktu : 17.00 – 18.20 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Eko Wahyu Widayat, S.Si, SE., MM

(.....)

Anggota : Desi Harsanti, S.Sos., MM

(.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SRI RATNA
NIM : 2411907635
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3201217009990003
Alamat : Kp. Bantarkaret Rt 01 Rw 07 Desa Bantarkaret Kecamatan
Nanggung Kabupaten Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Adhew Salad ini merupakan karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*)
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau menginformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 14 Agustus 2023

SRI RATNA

ABSTRAK

SRI RATNA. NIM 2411907635. Strategi Pengembangan Usaha Adhew Salad

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal, faktor eksternal, alternatif strategi serta prioritas strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha Adhew Salad. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian analisis deskriptif. Teknik analisis data menggunakan analisis lingkungan internal (IFE) analisis lingkungan eksternal (EFE), Matriks Internal Eksternal (IE) untuk menentukan posisi perusahaan, Matriks SWOT yang digunakan untuk menentukan beberapa alternatif strategi, serta matriks QSPM untuk menentukan prioritas alternatif strategi.

Hasil penelitian yang di peroleh dari matriks IFE dan EFE, dengan total skor terbobot Matriks IFE Adhew Salad sebesar 3,3 menggambarkan bahwa internal dari Adhew Salad berada pada sel kuat melebihi 3.0. Total skor terbobot Matriks EFE sebesar 3,5 menggambarkan bahwa internal dari Adhew Salad berada pada sel kuat melebihi 3.0. Maka hal ini menggambarkan bahwa Adhew Salad berada pada kuardan I yaitu tumbuh dan membangun (*Grow and Build*) dengan alternatif strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Hasil yang diperoleh dari matriks SWOT terdapat tujuh strategi alternatif yaitu strategi (SO1) meningkatkan pemasaran produk secara online, strategi (SO2) menambah varian produk, strategi (SO3) membuka gerai baru, strategi (WO1) menerapkan teknologi keuangan untuk meningkatkan sistem manajemen, Strategi (WO2) menjalin kerjasama dengan pemasok untuk menjamin pasokan bahan baku , strategi (ST) mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan promosi dan strategi (WT) melakukan efisiensi biaya untuk mempertahankan usaha. Dari hasil matriks QSPM diperoleh tiga prioritas alternatif strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan promosi (ST1), melakukan efisiensi biaya untuk mempertahankan usaha (WT1) dan strategi menjalin kerjasama dengan pemasok untuk menjamin pasokan bahan baku (WO2).

Kata Kunci : Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman pada Adhew Salad

ABSTRACT

SRI RATNA. NIM 2411907635. Adhew Salad Business Development Strategy

This study aims to determine internal factors, external factors, alternative strategies and strategic priorities that can be used to develop the Adhew Salad business. The research method used is descriptive analysis research. Data analysis techniques use internal environmental analysis (IFE) external environmental analysis (EFE), Internal External (IE) Matrix to determine the company's position, SWOT Matrix which is used to determine several alternative strategies, and QSPM matrix to determine priority alternative strategies.

The research results obtained from the IFE and EFE matrices, with a total weighted score of the IFE Adhew Salad Matrix of 3.3 illustrates that the internals of the Adhew Salad are in strong cells exceeding 3.0. The EFE Matrix total score of 3.5 illustrates that the internal Adhew Salad is in a strong cell exceeding 3.0. So this illustrates that Adhew Salad is in quadrant I, namely grow and build with alternative strategies of market penetration and product development. The results obtained from the SWOT matrix are seven alternative strategies, namely strategy (SO1) improve product marketing online, strategy (SO2) add product variants, strategy (SO3) to open new outlets, strategy (WO1) to apply financial technology to improve management systems, strategy (WO2) to collaborate with suppliers to ensure the supply of raw materials, strategy (ST) to maintain product quality and improve promotion and strategy (WT) to make cost efficiency to maintain business. From the results of the QSPM matrix, three priority alternative strategies are obtained that can be used by companies, namely maintaining product quality and increasing promotion (ST1), implementing cost efficiency to maintain business (WT1) and the strategy of establishing cooperation with suppliers to ensure the supply of raw materials (WO2).

Keywords: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats in Adhew Salad

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Adhew Salad ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat adanya potensi perluasan pasar produk Adhew Salad. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui strategi seperti apa yang digunakan untuk mengembangkan usaha Adhew Salad.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., M.Sc., M.AP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Ibu Maya Andini Kartikasari, SP., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Bapak Moch Fauzan Nursyabani selaku pemilik perusahaan Adhew Salad yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Ayahanda Pendi serta Ibunda Mimin Mintarsih tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 14 Agustus 2023

Penulis,

SRI RATNA

NIM: 2411907635

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Pembatas Masalah	5
1.4. Perumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	6

BAB II LANDASAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Definisi Manajemen Strategi	8
2.1.2. Definisi Pengembangan Usaha	10
2.1.3. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)	11
2.1.4. Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	12
2.1.5. Matriks Internal-Eksternal (IE)	12
2.1.6. Analisis SWOT	13
2.1.7. Matriks QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	16
2.2. Penelitian Terdahulu	17
2.3. Kerangka Konseptual	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat Dan Waktu Penelitian	22
3.2. Jenis Penelitian	22
3.3. Informan Penelitian	23
3.4. Sumber Data	24
3.5. Teknik Pengumpulan Data	24

3.6. Teknik Analisis Data.....	24
3.6.1. Matriks IFE	25
3.6.2. Matriks EFE.....	26
3.6.3. Matriks IE.....	27
3.6.4. Matriks SWOT	28
3.6.5. Matriks QSPM.....	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	31
4.1.1. Sejarah Adhew Salad.....	31
4.1.2. Visi dan Misi Adhew Salad	32
4.2. Analisis Lingkungan Internal	33
4.2.1. Sumber Daya Manusia	33
4.2.2. Pemasaran	35
4.2.3. Keuangan.....	37
4.2.4. Produksi dan Operasi.....	38
4.3. Analisis Lingkungan Eksternal	39
4.3.1. Ekonomi	39
4.3.2. Sosial, Budaya, Demografi	40
4.3.3. Politik, Pemerintah dan Hukum	41
4.3.4. Teknologi	42
4.4. Analisis Bersaing.....	43
4.4.1. Ancaman Pendatang Baru.....	43
4.4.2. Ancaman Produk Pengganti	43
4.4.3. Daya Tawar Konsumen.....	44
4.4.4. Daya Tawar Pemasok	44
4.4.5. Pesaing Produk Sejenis	44
4.5. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal	45
4.5.1. Kekuatan (<i>Strenght</i>)	45
4.5.2. Kelemahan (<i>Weakness</i>)	48
4.5.3. Peluang (<i>Opportunities</i>)	50
4.5.4. Ancaman (<i>Threats</i>)	51
4.6. Perumusan Alternatif Strategi	54
4.6.1. Analisis Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	54
4.6.2. Analisis Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	55
4.6.3. Analisis Matriks Internal-Eksterna (IE).....	57
4.6.4. Analisis SWOT.....	58
4.6.5. Analisis Matriks QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	64

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	66
5.2. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Usaha Kuliner di Kabupaten/Kota Bogor Tahun 2019-2021	1
Tabel 1.2. Omset Penjualan Produk Adhew Salad Periode Maret 2022 – Februari 2023	4
Tabel 2.1. Matriks IFE	11
Tabel 2.2. Matriks EFE	12
Tabel 2.3. Matriks SWOT	14
Tabel 2.4. Matriks QSPM	16
Tabel 2.5. Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1. Rencana Pelaksanaan Penelitian	22
Tabel 3.2. Matriks IFE	25
Tabel 3.3. Matriks EFE	26
Tabel 3.4. Matriks Analisis SWOT	28
Tabel 3.5. Matriks QSPM	29
Tabel 4.1. Sumber Daya Manusia Adhew Salad	33
Tabel 4.2. Daftar Harga Produk Adhew Salad	36
Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Kabupaten dan Kota Bogor Periode 2020-2021	41
Tabel 4.4. Daftar Pesaing Adhew Salad	45
Tabel 4.5. Perbandingan Harga Produk Adhew Salad Dengan Kompetitor	46
Tabel 4.6. Kenaikan Harga BBM	51
Tabel 4.7. Data Matriks IFE	55
Tabel 4.8. Data Matriks EFE	56
Tabel 4.9. Matriks SWOT Adhew Salad	59
Tabel 4.10. Prioritas Alternatif Strategi Adhew Salad	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	21
Gambar 3.1. Matriks IE.....	27
Gambar 4.1. Logo Perusahaan Adhew Salad.....	31
Gambar 4.2. Stuktur Organisasi Perusahaan Adhew Salad	34
Gambar 4.3. Matriks IE Adhew Salad	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.....	72
Lampiran 2. Kuesioner Penentuan Bobot	75
Lampiran 3. Kuesioner Penentuan Rating	85
Lampiran 4. Kuesioner Penentuan Nilai AS	89
Lampiran 5. Penentuan Prioritas Alternatif Strategi Adhew Salad.....	98
Lampiran 6. Surat Keterangan Dari Perusahaan	99
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	100
Lampiran 8. Dokumentasi	101
Lampiran 9. Kartu Bimbingan	102