

DEWAN REDAKSI
JURNAL BISNIS INDONESIA

Penganggung Jawab

Dra. Siti Ning Farida, M.Si

Redaktur

Dr. Ir. Rusdi Hidayat N., M.Si

Editor I

Dr. Nurhadi, M.Si

Editor II

Dra. Sonja Andarini, M.Si

Sekretariat

Nurul Azizah, S.AB.,M.AB.
Rima Ambarwati Sari H.,S.AB

Desain Grafis

Fauzan, S.AB

Mitra Bestari

Prof. Dr. H. Suhadak, M.Sc.
(Universitas Brawijaya Malang)
Dr. Sadeli, S.Sos, M.Si
(Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)
Dr. Widiartanto, S.Sos.,M.AB
(Universitas Diponegoro Semarang)
Dr. La Ode Kalimin, M.Si
(Universitas Haluoleo Kendari Sulawesi Tenggara)

Alamat Redaksi

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur Jalan Raya Rungkut
Madya Gunung Anyar , Surabaya 60294

STRATEGI BISNIS PADA MINYAK GORENG “RISE STARS” MALANG

Nora Oktafia dan Eddy Poernomo

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

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 mempertahankan 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 : faktor kelemahan.kekuatan, ancaman , peluang dan strategi bisnis

PENDAHULUAN

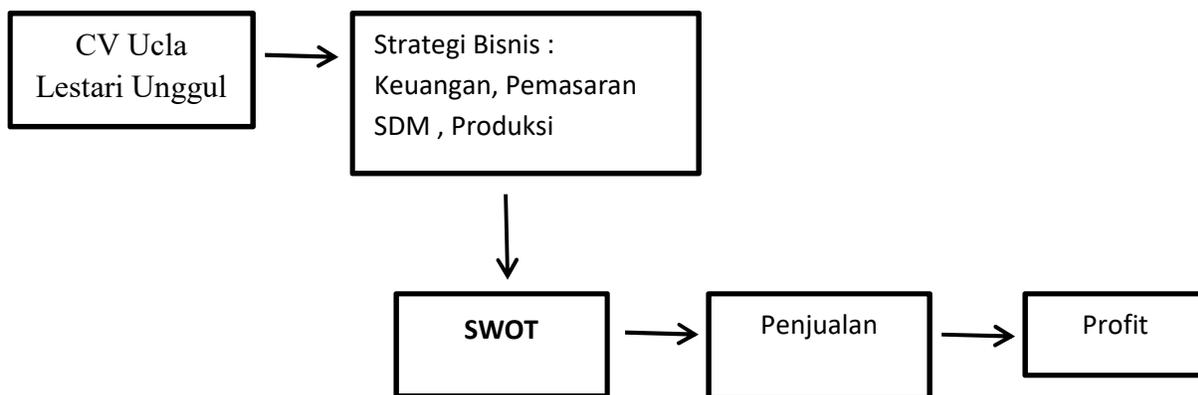
Strategi merupakan proses manajerial untuk menghubungkan dan menjaga keserasian antara tujuan perusahaan, sumberdaya perusahaan serta peluang pasar yang terus berubah dengan tujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Secara lebih spesifik Pardede (2011:11) menyatakan bahwa, strategi dapat diartikan

sebagai cara terbaik untuk mencapai sasaran atau untuk melaksanakan suatu pekerjaan. Ketika suatu perusahaan ingin memenangkan persaingan pada industry, suatu hal yang harus diputuskan perusahaan adalah strategi yang dapat diberlakukan untuk memenangkan persaingan tersebut.

CV UCLA Lestari Unggul adalah perusahaan kategori Usaha Mikro Kecil dan

Menengah (UMKM) yang berdiri secara resmi pada tanggal 28 desember 2010 dengan memproduksi minyak goreng merek “Rise Stars” dengan mendapat ijin PIRT (pangan industri rumah tangga). Sedangkan lokasi berproduksinya di Singosari-Malang dengan mempekerjakan 15 karyawan. Adapun strategi bisnis yang dilakukan oleh CV Ucla Lestari Unggul adalah dengan menggunakan analisis SWOT yaitu mengidentifikasi terlebih dahulu kondisi keuangan, sistem pemasaran, kondisi SDM, dan sistem produksinya, setelah itu menganalisis bagaimana strategi bisnis yang

KERANGKA BERPIKIR



METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode yang diterapkan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk

harus dijalankan dengan mengidentifikasi faktor eksternal yang meliputi Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) serta mengidentifikasi faktor internal yang meliputi Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weaknesses*). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) sehingga tujuannya untuk meningkatkan penjualan dan mendapatkan keuntungan (profit) terpenuhi.

menggambarkan realita sosial yang ada dengan menerapkan konsep-konsep teori yang telah ada dan menggunakannya sebagai analisis bisnis sederhana.

Dalam penelitian ini akan lebih ditekankan pada Strategi Bisnis minyak

goreng “Rise Stars” yang dikelola oleh CV Ucla Lestari Unggul. Dalam menentukan strategi bisnisnya ditentukan dengan empat hal yaitu, Keuangan, Pemasaran dan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), Produksi. Berdasarkan empat hal tersebut dapat dijadikan tolak ukur dalam mengembangkan kegiatan usaha. Penerapan strategi bisnis pada masing-masing bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah berbeda-beda, hal ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk penelitian apakah strategi yang diterapkan CV Ucla Lestari Unggul tersebut cukup mampu untuk mengembangkan usahanya.

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di CV Ucla Lestari Unggul yang memproduksi minyak goreng “Rise Stars” yang berada di Perum. Bumi Banjararum Asri A/25 Singosari Malang dan pasar Tradisional Malang dan Pasuruan . Alasan peneliti mengambil penelitian di minyak goreng “Rise Stars” adalah karena usaha ini dapat bertahan cukup lama meskipun banyak produk sejenis yang berada di daerah tersebut. Minyak goreng “Rise Stras” mampu menambah pangsa pasar untuk meningkatkan penjualan.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pihak-pihak terkait yaitu pemilik, karyawan, dan konsumen minyak goreng

“Rise Stras”. Sedangkan informasi peneliti tidak ditentukan beberapa jumlah, tetapi dipilih beberapa yang dianggap mengetahui, memahami permasalahan yang terjadi sesuai substansi penelitian ini. Hal ini disebabkan karena dalam penelitian kualitatif tidak mempersoalkan jumlah informasi, melainkan yang terpenting adalah seberapa jauh informan tersebut memberikan jawaban dan penjelasan mengenai masalah yang diajukan sebagai bahan pertanyaan oleh peneliti.

Peneliti akan berusaha menjangkau sebanyak mungkin informasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian dari berbagai sumber. Dalam memperoleh informasi peneliti akan mencari variabel informasi sebanyak-banyaknya dari informan dengan menggunakan teknik *sampling in depth interview* (wawancara mendalam) yaitu orang-orang yang dianggap mengetahui, memahami permasalahan yang terjadi sesuai substansi penelitian sehingga dapat menghasilkan data berupa kata-kata dan tindakan yang memungkinkan narasumber untuk mendefinisikan dirinya sendiri dan lingkungannya dengan menggunakan istilah mereka sendiri.

Adapun informan dari penelitian ini adalah pemilik, karyawan dan konsumen yang berjenis kelamin perempuan usia

minimal 25 tahun, ibu rumah tangga, dan pelanggan yang lebih dari satu kali memesan produk.

Membuat Matrik SWOT (EFAS dan IFAS)

Tahap pengumpulan data pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data, tetapi juga merupakan suatu kegiatan mengklasifikasi dan pra-analisis. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua yaitu data faktor eksternal dan data faktor internal. Membuat matrik faktor strategi eksternal dalam kerangka *Opportunity* dan *Threat* dapat dilakukan dengan menggunakan suatu table EFAS (*External Factors Analysis Summary*) Setelah faktor-faktor strategi eksternal suatu perusahaan diidentifikasi, tabel IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka *Strenghts* dan *Weaknesses* perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil perusahaan

Minyak goreng “Rise Stars” merupakan minyak goreng kemasan yang diperoleh dari pabrik atau supplier minyak goreng kemudian dikemas dan dipasarkan oleh oleh CV Ucla Lestari Unggul yang

terletak di Perum Bumi Banjararum Asri A/25 Singosari, Malang yang berdiri secara resmi pada tanggal 28 desember 2010, didirikan oleh seorang pengusaha yang bernama Kriswanto.SS,SH,MH.CTL yang juga berprofesi sebagai dosen dan advokat. awal didirikannya usaha ini adalah karena selain unuk mendirikan bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan atau profitabilitas pemilik juga ingin bisnisnya dapat membantu masyarakat yang memerlukan lapangan kerja karena saat itu pemilik melihat banyaknya orang yang membutuhkan pekerjaan, dipilihnya bisnis minyak goreng adalah karena minyak goreng merupakan kebutuhan pokok indonesia sehingga sehingga permintaan akan produk ini cukup tinggi.

Hasil Penyajian Data

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 3 bulan di Minyak goreng “Rise Stras” di jalan Perum Bumi Banjararum Asri A/25 Singosari, Malang. Sebagaimana yang telah ditetapkan sebelumnya bahwa objek penelitian yang dijadikan informan tidak dibatasi atau ditentukan dalam penelitian ini, peniliti berusaha menggambarkan strategi bisnis yang dilakukan minyak goreng “Rise Stars”. Data diperoleh dengan melakukan teknik *indept intevew* (wawancara mendalam),

terhadap orang-orang yang mengetahui permasalahan yang terjadi sesuai substansi penelitian sehingga dapat menghasilkan data berupa kata-kata mengenai apa yang dilakukan yang berkaitan dengan kegiatan bisnis tersebut. Peneliti juga melakukan teknik *participant observation* (observasi berperan serta), yakni melakukan pengamatan menggunakan indra penglihatan dengan melihat perilaku subjek (orang), objek (benda) ataupun kejadian. Dan juga melakukan *field research* (penelitian lapangan) yaitu berangkat ke lapangan (tempat penelitian dilakukan) untuk mengadakan pengamatan dengan tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Data yang diperoleh kemudian dijelaskan (dideskripsikan) dan dianalisa secara induktif sehingga diperoleh gambaran, jawaban serta kesimpulan dari pokok permasalahan yang diangkat.

Hasil Penelitian Pada minyak goreng “Rise Stars”

Minyak goreng “Rise Stars” merupakan suatu bisnis yang bergerak dibidang pengemasan dan penjualan minyak goreng, yang tidak hanya menjual minyak goreng berkualitas dengan harga yang dapat di jangkau kalangan menengah kebawah tetapi juga dalam melakukan penjualan selalu berusaha memenuhi keinginan

konsumen dengan selalu mengirimkan barang tepat waktu, memproduksi minyak goreng dengan ukuran yang bervariasi sesuai kebutuhan konsumen juga memberikan reward kepada konsumen sebagai salah bentuk promosi serta dapat menciptakan loyalitas dengan konsumen.

Tahap Pengumpulan Data

Pada tahapan ini tidak hanya sekedar kegiatan mengumpulkan data saja, tetapi juga merupakan suatu kegiatan klarifikasi dan analisis. Tahapan ini dibedakan menjadi dua yaitu data internal dan data eksternal.

Data Eksternal

1. Fluktuatif Harga

Di dalam penjualan minyak goreng “Rise Stars” terdapat faktor eksternal berupa naik turunnya harga minyak goreng dipasaran yang membuat minyak goreng “Rise Stars” harus merubah harga setiap kali ada perubahan harga minyak goreng di pasar, dengan berubahnya harga tidak semua produsen melakukan perubahan harga misalkan di saat harga minyak goreng naik masih ada produsen yang menjual harga murah hal tersebut mengakibatkan kerugian pada minyak goreng “Rise Stars” karena akan mengalami kesulitan dalam menjual produk serta dapat pula kehilangan konsumen

2. Melemahnya Daya Beli Konsumen di Pasar Tradisional

Dalam melakukan penjualan minyak goreng “Rais Stars” hanya berfokus pada pasar tradisional saja hal tersebut dapat menjadi ancaman bagi minyak goreng “Rise Stars” dalam mengembangkan usahanya serta untuk menambah pangsa pasar. Minyak goreng “Rise Stars” perlu memperhatikan perilaku konsumen dalam menentukan tempat untuk berbelanja karena saat ini pertumbuhan pasar modern di Indonesia cukup pesat serta konsumen cenderung lebih memilih pasar modern sebagai tempat untuk membeli kebutuhan hidup sehari-hari diakrenakan berbagai faktor diantaranya fasilitas dan kenyamanan.

3. Faktor Pesaing

Selain itu juga terdapat minyak goreng sejenis yang juga menawarkan berbagai keunggulan yang dapat menjadi pesaing minyak goreng “Rise Stars” seperti menggunakan citra merk, dan promosi-promosi lain yang dapat menarik konsumen maka dari itu perlu dipertimbangkan hal-hal yang menjadi kelebihan dan kekurangan produk sejenis yang menjadi pesaing minyak goreng “Rise Stars”. Berikut perbandingan yang didapatkan peneliti

Data Internal

Data internal diperoleh dari dalam perusahaan itu sendiri yaitu Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), Strategi Keuangan, Strategi Produksi dan Strategi Pemasaran.

1.Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia berperan penting dalam membantu kelangsungan dan kelancaran proses bisnis baik proses produksi maupun pelayannya, begitu pula karyawan yang bekerja di minyak goreng “Rise Stars” dalam melakukan pelayannya berusaha memenuhi keinginan konsumen dengan sebaik mungkin. Dalam struktur organisasi di bagi menjadi tiga divisi yaitu produksi/pengemasan, marketing dan kesehatan yang masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda dalam melakukan pekerjaan ada pelatihan khusus yang diberikan kepada para karyawan agar dapat melakukan pekerjaanya dengan baik selain itu gaji yang diberikan karyawan tidak sama satu sama lain tergantung dari berapa lama mereka bekerja serta kualitas mereka saat bekerja namun perusahaan gaji minimal sesuai dengan umk Kab Malang, selain itu akan ada bonus lebih yang akan diberikan untuk karyawan jika mereka mampu bekerja mencapai target hal

tersebut dilakukan untuk memicu semangat karyawan untuk dapat bekerja lebih giat.

Jam kerja untuk karyawan minyak goreng “Rise Stars” adalah delapan sampai sepuluh jam tergantung banyaknya pesanan namun normal jam kerja adalah delapan jam, lebih dari itu dihitung jam lembur dan karyawan akan mendapat upah lembur saat terjadi over time, karyawan mendapat libur satu hari dan enam hari kerja.

Dalam perkembangannya karyawan minyak goreng “Rise Stars” terus bertambah dari delapan karyawan menjadi lima belas karyawan karena semakin banyaknya pesanan konsumen,serta semakin bertambahnya pangsa pasar.

2.Strategi Keuangan

Strategi keuangan bertujuan dalam pemanfaatan sumber daya keuangan untuk mendukung strategi bisnis, baik jangka panjang maupun jangka pendek.

Minyak goreng “Rise Stars” menggunakan cara management accounting. Omzet yang diperoleh perhari adalah 20 sampai 25 juta yang nantinya akan diambil 20% untuk perkembangan usaha, gaji karyawan, serta pembelian bahan baku. Pendapatan yang diperoleh minyak goreng “Rise Stars” sejauh ini cukup stabil terus meningkat dari tahun ketahun namun tidak jarang dalam perkembangan bisnis ini pemilik mengalami

kerugian atau hambatan dalam pemenuhan modal perusahaan menurut pemilik hal tersebut sudah biasa dalam bisnis untuk menangani hal tersebut pemilik menggunakan keuntungan dari bisnisnya yang lain untuk perkembangan minyak goreng “Rise Stars”.

3.Strategi Produksi

Strategi produksi diawali dengan bahan baku, minyak goreng “Rise Stars” mendapatkan bahan baku dari supplier berbentuk barang jadi yang kemudian akan dikemas oleh CV.Ucla Lestari Unggul dengan memberikan merk minyak goreng “Rise Stars”, dalam produksinya minyak goreng “Rise Stars” bekerjasama dengan tiga supplier untuk memasok bahan baku, pemesanan dilakukan 2-3 kali perminggu tergantung banyaknya pesanan. Kualitas produk minyak goreng “Rise Stars” sendiri dijamin oleh suplier bagian kesehatan di perusahaan hanya sebatas meneliti kandungan dan kualitasnya, bekerjasama dengan tiga supplier sekaligus dikarenakan jika ada keterlambatan supplier dalam mengirim bahan baku perusahaan dapat menghubungi supplier lain yang dapat segera mengirim bahan baku.

Dalam sehari minyak goreng yang dikemas sebanyak 2 hingga 3 ton produk tersebut tidak langsung dijual ada system stock

barang pada minyak goreng “Rise Stars” barang yang distock dijual pada hari kelima hingga keenam setelah barang siap dipasarkan kecuali pada hari raya idul fitri perusahaan akan melakukan stock lebih banyak dan stok dilakukan sebulan sebelum puasa ramadhan dikarenakan permintaan konsumen saat menjelang hari raya sangat meningkat.

4.Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan/ bisnis yang dilakukan. Pemasaran saat ini sudah berorientasi pada pelanggan, kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan terhadap produk yang disediakan dan ditawarkan oleh pelaku bisnis.

Adapun tujuan pemasaran adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk akan cocok dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan memungkinkan untuk produk tersebut dipakai secara terus-menerus. Sedangkan proses pemasaran terdiri dari analisa peluang pasar, meneliti dan memilih pasar sasaran, merancang strategi pemasaran merancang program pemasaran, mengorganisir,

melaksanakan dan mengawasi proses pemasaran. Strategi pemasaran adalah serangkaian tindakan terpadu menuju keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Usaha minyak goreng “Rise Stars”merumuskan pasaran antara lain meliputi Harga (*Price*), Produk (*Product*), Promosi (*Promotion*) dan Proses (*Process*)

a.Harga (*Price*)

Harga yang ditawarkan minyak goreng “Rise Stars” cukup terjangkau bagi kalangan menengah kebawah namun tetap memberikan kualitas yang baik, juga terdapat variasi harga pada setiap produknya tergantung banyaknya isi minyak goreng dalam kemasan harga dimulai dari Rp 2800 perbiji untuk ukuran 250 ml hingga Rp 55000 perbiji untuk ukuran 5 liter.

b.Produk (*Product*)

Produk yang dijual pada minyak goreng “Rise Stars” cukup bervariasi mulai dari ukuran kecil, sedang dan besar banyaknya variasi ukuran produk dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk produk jenis 250 ml dan 450 ml tidak begitu banyak diproduksi dikarenakan produk tersebut hanya akan diproduksi jika ada pesanan saja, di hari biasa produk ini tidak begitu dicari namun pada hari – hari tertentu seperti menjelang hari raya idul fitri,

maulud nabi produk ini cukup banyak di pesan. Produk pada minyak goreng “Rise Stars” telah mendapat ijin PIRT sehingga aman untuk dikonsumsi kualitas minyak cukup jernih dan tidak mudah mengendap

c. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan hal terpenting dimana bisnis ini dapat dikenal oleh konsumen. Promosi yang dilakukan oleh minyak goreng “Rise Stars” menggunakan promosi secara lisan dan dalam penjualan produknya dilakukan dengan direct marketing . dalam melakukan promosi minyak goreng “Rise Stars” memberikan reward kepada konsumen yang melakukan pembelian dalam jumlah banyak hal ini cukup berpengaruh bagi para konsumen pihak pertama untuk membeli produk “Rise Stars” dalam jumlah banyak.

d. Proses (*Process*)

Proses pelayanan yang berlangsung di minyak goreng “Rise Stars” terbilang mudah dan cepat, konsumen dapat melakukan pemesanan secara langsung dengan menghubungi via telpon ke pemilik, atau dapat pula melakukan pemesanan saat sales datang ke toko konsumen. Para karyawan sangat tanggap terhadap permintaan konsumen produk dikirim sehari sampai dua

hari jika perusahaan kekurangan bahan baku.

Tahap Analisis Menggunakan Diagram Analisis SWOT

Setelah dilakukan wawancara dengan pemilik, 2 karyawan dan 8 konsumen minyak goreng “Rise Stars” dapat ditarik kesimpulan hasil kuadran minyak goreng “Rise Stars” adalah sebagai berikut. Dari diagram analisis SWOT diatas dapat dilihat bahwa 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*).

Skala Prioritas Strategi

Berdasarkan rumusan strategi matrik SWOT dan perencanaan kombinasi strategi SWOT, maka hasil dari rumusan strategi matrik SWOT yang pertama adalah SO karena mempunyai nilai paling tinggi 1,25 yang kedua adalah ST mempunyai nilai 1,5 ketiga adalah mempunyai nilai WO 0,85 dan yang terakhir adalah WT memiliki nilai paling rendah 0,75. Berikut adalah strategi antara SO, WO, ST dan WT yang bisa diterapkan minyak goreng “Rise Stars”

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1.Strategi Bisnis pada minyak goreng “Rasi Stars”

Strategi SDM

1. Karyawan dibekali pelatihan khusus (training) agar dapat melakukan pekerjaanya
2. Gaji yang diberikan karyawan tidak sama satu sama lain tergantung dari berapa lama mereka bekerja serta kualitas mereka saat bekerja namun perusahaan gaji minimal sesuai dengan UMK (Upah Minimum Karyawan) Kab Malang, selain itu akan ada bonus lebih yang akan diberikan untuk karyawan jika mereka mampu bekerja mencapai target.
3. Jam kerja untuk karyawan minyak goreng “Rise Stars” adalah delapan sampai sepuluh jam tergantung banyaknya pesanan namun normal jam kerja adalah delapan jam, lebih dari itu dihitung jam lembur dan karyawan akan mendapat upah lembur saat terjadi over time.
4. Karyawan mendapat libur satu hari dan enam hari kerja.
5. Dalam perkembangannya karyawan minyak goreng “Rise Stars” terus bertambah dari delapan

karyawan menjadi lima belas karyawan karena semakin banyaknya pesanan konsumen,serta semakin bertambahnya pangsa pasar.

Strategi Keuangan

1. Minyak goreng “Rise Stars” menggunakan cara management accounting.
2. Omset yang diperoleh perhari adalah Rp20.000.000 sampai Rp 25.000.000
3. Mengambil keuntungan 20% untuk perkembangan usaha.
4. Pendapatan yang diperoleh minyak goreng “Rise Stars” sejauh ini cukup stabil terus meningkat dari tahun ketahun.
5. Dalam menghadapi hambatan berupa keuangan pemilik menggunakan keuntungan dari bisnisnya yang lain untuk perkembangan minyak goreng “Rise Stars”.

Strategi Produksi

1. Minyak goreng “Rise Stars” mendapatkan bahan baku dari supplier berbentuk barang jadi yang kemudian akan dikemas oleh CV.Ucla Lestari Unggul dengan memberikan merk minyak goreng “Rise Stars”, dalam
2. Produksinya minyak goreng “Rise Stars” bekerjasama dengan tiga supplier untuk memasok bahan baku pemesanan dilakukan 2-3 kali perminggu tergantung banyaknya pesanan.

3. Kualitas produk minyak goreng “Rise Stars” sendiri dijamin oleh supplier bagian kesehatan di perusahaan hanya sebatas meneliti kandungan dan kualitasnya, bekerjasama dengan tiga supplier sekaligus dikarenakan jika ada keterlambatan supplier dalam mengirim bahan baku perusahaan dapat menghubungi supplier lain yang dapat segera mengirim bahan baku.
4. Dalam sehari minyak goreng yang dikemas sebanyak 2 hingga 3 ton.
5. Ada *system stock* barang pada minyak goreng “Rise Stars” barang yang distock dijual pada hari kelima hingga keenam setelah barang siap dipasarkan kecuali pada hari raya idul fitri perusahaan akan melakukan stock lebih banyak dan stok dilakukan sebulan sebelum puasa ramadhan dikarenakan permintaan konsumen saat menjelang hari raya sangat meningkat.

Strategi Pemasaran

1. Harga yang ditawarkan minyak goreng “Rise Stars” cukup terjangkau bagi kalangan menengah kebawah namun tetap memberikan kualitas yang baik, juga terdapat variasi harga pada setiap produknya tergantung banyaknya isi minyak goreng dalam kemasan harga dimulai dari Rp 2800 perbiji untuk ukuran 250 ml hingga Rp 55000 perbiji untuk ukuran 5 liter.
2. Produk yang dijual pada minyak goreng “Rise Stars” cukup bervariasi mulai dari ukuran kecil, sedang dan besar banyaknya variasi ukuran produk dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
3. Ada jenis produk yang harus memesan terlebih dahulu atau tidak langsung tersedia produk jenis 250 ml dan 450 ml tidak begitu banyak diproduksi dikarenakan produk tersebut hanya akan diproduksi jika ada pesanan saja, di hari biasa produk ini tidak begitu dicari namun pada hari – hari tertentu seperti menjelang hari raya idul fitri, maulud nabi produk ini cukup banyak di pesan.
4. Produk pada minyak goreng “Rise Stars” telah mendapat ijin PIRT sehingga aman untuk dikonsumsi kualitas minyak cukup jernih dan tidak mudah mengendap
5. Menggunakan promosi secara lisan dan dalam penjualan produknya dilakukan dengan *direct marketing* .
6. Dalam melakukan promosi minyak goreng “Rise Stars” memberikan reward kepada konsumen yang melakukan
7. Proses pelayanan yang berlangsung di minyak goreng “Rise Stars” terbilang mudah dan cepat, konsumen dapat

melakukan pemesanan secara langsung dengan menghubungi via telpon ke pemilik, atau dapat pula melakukan pemesanan saat sales datang ke toko konsumen.

2. Hasil Analisis SWOT

- a. Kekuatan (*Strength*)
 1. Harga produk yang dijual murah
 2. Bahan baku yang diperoleh dari supplier berkualitas baik dan berharga murah.
 3. Memiliki banyak variasi ukuran
 4. Pelayanan yang berkualitas
 5. Memiliki pelanggan tetap
- b. Kelemahan (*Weaknesses*)
 1. Pengembangan pasar belum maksimal
 2. Merk yang kurang dikenal
 3. Kurangnya segmen yang dituju
 4. Kurangnya Variasi jenis produk
- c. Peluang (*Opportunities*)
 1. Keinginan konsumen untuk membeli produk minyak goreng "Rise Stars"
 2. Potensi pasar yang besar
 3. Melakukan strategi promosi yang baik dan menguntungkan
 4. Memiliki lebih dari satu supplier

- d. Ancaman (*Threats*)
 1. Adanya pesaing dari bisnis sejenis
 2. Fluktuatif Harga
3. Dari hasil analisis analisis SWOT menggunakan matriks EFAS dan IFAS maka dapat dilihat melalui diagram Hasil Analisis Tabel EFAS dan IFAS bahwa minyak goreng "Rise Stars" berada pada kuadran 1 (satu) situasi ini sangat menuntungkan. Minyak goreng "Rise Stars" memiliki Kekuatan (*Strengths*) untuk memanfaatkan Peluang (*Opportunities*) yang ada. Pada minyak goreng "Rise Stars" memiliki banyak peluang yang bisa dimanfaatkan dalam pengembangan usahanya, namun kekuatan yang ada saat ini perlu ditingkatkan agar tercapai tujuan dari pada bisnis ini.

Hasil dari rumusan strategi matrik SWOT minyak goreng "Rais Stars" mengarah kepada strategi SO karena memiliki nilai yang paling tinggi yaitu 1,25. Strategi SO yang dapat diterapkan minyak goreng "Rise Stars"

1. Memberikan harga murah kepada konsumen pada suatu momen untuk sekaligus melakukan promosi kepada konsumen akhir.

2. Menambah variasi ukuran produk pada jangka waktu tertentu untuk meningkatkan minat konsumen.
3. Meningkatkan pelayanan terutama pada mutu SDM yang dimiliki, serta memperbanyak SDM untuk
- meningkatkan potensi pasar yang lebih besar.
4. Menjaga kepercayaan dan hubungan baik dengan cara menjaga kualitas produk yang dijual dan menerima dan mengatasi keluhan dari para konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Sanusi, 2015. *Manajemen Strategi*, Bandung : CV Pustaka Setia
- Azizah, N. 2019. The Reinforcement of Certainty Perception on Social Media Advertisement: Dual-Process Theory Perspective. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 2(1), 50-57.
- Buchari Alma, 2010. *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*, Bandung : Alfabeta
- Freddy Rangkuti, 2015. *Teknik Membedah Analisis SWOT*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Fred R. David 2010. *Manajemen Strategis Konsep Edisi Sepuluh* , Jakarta : Salemba empat
- Georgorius, 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Penjualan Buku dua Edisi Pertama*, Jakarta : Salemba Empat
- Hamzah Muhamad Ali, 2011. *Analisis Startegi Pemasaran Minyak Kelapa Sawit (CrudePalm Oil)* Program Studi Agribisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh Jakarta
- Ismail Solichin, 2012. *Manajemen Strategik*, Jakarta : Erlangga
- Kasmir, 2011. *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta : Raja Grafindo Pustaka
- Kotler, Philip, dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi kedua belas*, Jakarta : PT Indeks
- Moleong, 2011. *Metodelogi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* , Bandung : PT Remaja Roksa Karya
- Pardede, Pearce dan Robinson , 2011. *Strategi Bisnis*, Bandung : Rekayasa Sains
- Porter dalam Rangkuti, 2008. *Strategi Fungsional*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta
- Sutarno, 2012. *Serba – Serbi Manajemen Bisnis Cetakan Pertama*, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Stephen Lewi, 2015 *Strategi Pemasaran Pada PT Lombok Gandaria Cabang Surabaya*. Program manajemen Bisnis Universitas Kristen Petra
- Thamrin Abdulloh dan Francise Tantri, 2012 *Manajemen Pemasaran*, Depok : PT Raja Grafindo Persada
- Umar 2009. *Dasar –Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia Buku Dua edisi Pertama*, Jakarta : Salemba Empat