

**BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF
CHEMICAL CLEANING BUSINESS
“ SEBERSIH”**

TESIS

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan
Magister Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**



Disusun oleh :

**FAJAR GILANG GARNIDA
NIM. 14030120410011**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fajar Gilang Garnida
NIM : 14030120410011
Tempat/tanggal lahir : Jakarta, 11 September 1996
Departemen : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Proposal Tesis yang saya susun dengan judul:

***BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF CHEMICAL CLEANING
BUSINESS
'SEBERSIH'***

adalah benar-benar **hasil karya ilmiah tulisan saya sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan skor hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%¹. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 11 Desember 2023

Mengetahui,
Dosen Pembimbing 1



Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB
NIP. 197806052003122003

Peneliti



Fajar Gilang Garnida
NIM. 14030120410011

Ketua Program Studi
Magister Administrasi Binsis



Dr. Andi Wijayanto, S.Sos.,M.Si
NIP. 197503152008011014

¹Lampirkan dokumen hasil uji Turnitin yang menunjukkan uji kemiripan <20%

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tesis : *BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF CHEMICAL CLEANING BUSINESS 'SEBERSIH'*
Nama : Fajar Gilang Garnida
NIM : 14030120410011
DepartemenT : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 2 pada Program Pasca Sarjana Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

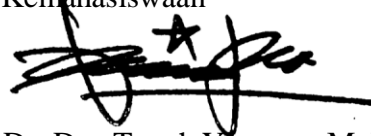
Menyetujui
Semarang, 11 Desember 2023

Dekan



Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T
NIP. 196408271990011001

Wakil Dekan Akademi dan
Kemahasiswaan



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing 1



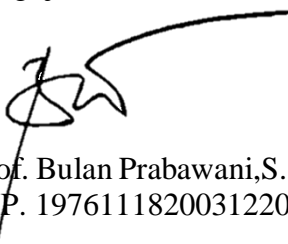
Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB
NIP. 197806052003122003

Dosen Pembimbing 2



Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si
NIP. 197503152008011014

Penguji 1



Prof. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D.
NIP. 197611182003122005

Penguji 2



Dr. Hari Susanta N., M.Si
NIP. 197003031994121001

HALAMAN MOTTO

Banyak hal yang bisa menjatuhkanmu. Tapi satu-satunya hal yang benar-benar dapat menjatuhkanmu adalah sikapmu sendiri. (R.A. Kartini)

“Belajar Dari Kegagalan; Get Up and Try Again” (Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, Tesis ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya dan serta Keluarga Besar yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam hidup.
2. Istri saya Tista Neva yang selalu menemani saya baik susah maupun senang.
3. Adik Najwa Khairunnisa dan Kakak M. Sufi Aryadanu yang selalu memberikan semangat.
4. Almamater Universitas Diponegoro Semarang.
5. Alm. Bapak Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB yang selalu memberikan saya support dalam segala hal baik itu akademis, organisasi maupun kehidupan sejak saya S1 hingga S2.
6. Dosen Pembimbing 1. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB dan Dosen Pembimbing 2. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si. yang selalu sabar dalam membimbing saya hingga selesai.
7. Seluruh elemen PT. Faragis Tetra Utama yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian.
8. Seluruh kerabat yang senantiasa memberikan bantuan selama proses perkuliahan.

ABSTRAK

Business Development Strategy of Chemical Cleaning Business ‘SEBERSIH’. Oleh Fajar Gilang Garnida. NIM: 14030120410011. Pembimbing 1: Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB; Pembimbing 2: Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si. Program Studi Magister Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

PT. Faragis Tetra Utama sebagai perusahaan baru dengan merek dagang “Sebersih” untuk produk cairan pembersih belum banyak dikenal oleh masyarakat meskipun telah menerapkan strategi penjualan melalui *marketplace* dan melalui distributor tetapi penjualan produk masih kurang stabil. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis (1) strategi bersaing dalam pengembangan bisnis yang dilakukan oleh “Sebersih” saat ini; (2) kondisi lingkungan internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi “Sebersih”; (3) kondisi lingkungan eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi “Sebersih”; dan (4) formulasi strategi perusahaan yang tepat bagi “Sebersih” untuk mencapai keunggulan dalam bersaing. Metode penelitian ini yaitu kualitatif dengan data penelitian berupa data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dan studi dokumentasi. Analisis data menggunakan metode SWOT dengan analisis faktor internal eksternal dan matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Strategi bersaing yang digunakan oleh 'Sebersih' saat ini berupa strategi *differensiation* dan *cost leadership*; (2) Kekuatan utama “Sebersih” adalah lokasi yang mudah dijangkau karena distributor tersebar di seluruh kota-kota besar di Indonesia sedangkan kelemahan utamanya adalah produk yang ditawarkan memiliki varian ukuran terbatas dan kurangnya promosi melalui *social media* di era digital. (3) Peluang utama “Sebersih” adalah pasar yang sangat luas karena produk FMCG dan membangun kerjasama dengan para pelanggan untuk mempromosikan perusahaan melalui *word of mouth* sedangkan ancaman utama berupa adanya kenaikan harga bahan baku dan kehilangan loyalitas pelanggan karena banyak industri yang sama dengan penawaran yang lebih menarik. (4) Strategi bisnis yang tepat bagi Bagi “Sebersih” dalam pengembangan bisnis dari analisis faktor lingkungan eksternal dan internal yaitu strategi pengembangan pasar (*market development*), strategi pengembangan produk (*product development*) dan strategi penetrasi pasar (*market penetration*) sesuai dengan posisi perusahaan pada Kuadran I dengan strategi agresif.

Kata Kunci: Sebersih; SWOT; Strategi; Pengembangan Bisnis; Produk Cairan Pembersih.

ABSTRACT

Business Development Strategy of Chemical Cleaning Business 'SEBERSIH'. By Fajar Gilang Garnida. NIM: 14030120410011. Supervisor 1: Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB; Supervisor 2: Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si. Master of Business Administration, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Diponegoro.

PT. Faragis Tetra Utama, as a new company with the trademark "Sebersih" for cleaning fluid products, is not yet widely known by the public even though it has implemented a sales strategy through the marketplace and through distributors, but product sales are still unstable. The purpose of this research is to analyze (1) the competitive strategy in business development carried out by "Sebersih" currently; (2) internal environmental conditions which are the strengths and weaknesses of "Sebersih"; (3) external environmental conditions that become opportunities and threats for "Sebersih"; and (4) formulation of appropriate corporate strategies for "Sebersih" to achieve competitive advantage. This research method is qualitative with research data in the form of primary data and secondary data. Data collection techniques include interviews and documentation studies. Data analysis uses the SWOT method with internal external factor analysis and the SWOT matrix. The research results show that (1) The competitive strategy used by 'Sebersih' currently is in the form of differentiation and cost leadership strategies; (2) The main strength of "Sebersih" is that the location is easy to reach because distributors are spread across all major cities in Indonesia, while the main weakness is that the products offered have limited size variants and lack of promotion via social media in the digital era. (3) The main opportunity for "Sebersih" is a very wide market because of FMCG products and building cooperation with customers to promote the company through word of mouth, while the main threat is an increase in raw material prices and loss of customer loyalty because many industries are the same as the offers offered. more interesting. (4) The right business strategy for "Sebersih" in business development from the analysis of external and internal environmental factors, namely market development strategy, product development strategy and market penetration strategy in accordance with the company's position. in Quadrant I with an aggressive strategy.

Keywords: Sebersih; SWOT; Strategy; Business development; Cleaning Liquid Products.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat karunia dan hidayah-Nya, sehingga Tesis ini dapat selesai dengan baik. Tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang, disamping manfaat yang mungkin dapat disumbangkan dari hasil penelitian ini kepada semua pihak yang berkepentingan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak guna perbaikan tesis ini. Banyak pihak yang telah dengan tulus ikhlas memberikan bantuan, oleh karena itu pada kesempatan ini, perkenankan saya menyampaikan ucapan terima kasih disertai penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Hardi Warsono, MT., selaku Dekan Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun Tesis ini.
2. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos, M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Administrasi Bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Sari Listyorini, S.Sos, M.AB., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dan saran pada penyusunan Tesis ini.
4. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dan saran pada penyusunan Tesis ini.
5. Prof. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D., selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan arahan dan saran pada penulisan Tesis ini sehingga menjadi lebih sempurna.
6. Dr. Hari Susanta N, M.Si., selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan arahan dan saran pada penulisan Tesis ini sehingga menjadi lebih sempurna.

7. Alm. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB, selaku dosen Program Studi Magister Administrasi Bisnis yang selalu memberikan support selama masa perkuliahan.
8. Seluruh dosen Program Studi Magister Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama proses perkuliahan.
9. Teman-teman Program Studi Magister Administrasi Bisnis yang telah memberikan dukungan dan bantuannya selama peneliti melaksanakan penelitian maupun berbagi ilmu selama berada di kampus.
10. Pimpinan PT. Faragis Tetra Utama yang telah memberikan ijin kepada peneliti dan memberikan seluruh data-data pendukung untuk penyusunan Tesis ini.
11. Seluruh responden atas kesediaannya dalam memberikan data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan Tesis ini.
12. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tesis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan Tesis ini. Semoga Tesis ini dapat memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 11 Desember 2023



Fajar Gilang Garnida
14030120410011

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Keaslian Penelitian.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Tinjauan Pustaka.....	8
1.6.1 Manajemen Strategis.....	8
1.6.2 Strategi Bersaing.....	9
1.6.3 Strategi Bersaing Porter’s Five Forces.....	12
1.6.4 Pendekatan Model RBV (<i>Resource Based View</i>) dalam Evaluasi Strategi Bersaing.....	13
1.6.5 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	14
1.6.6 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan.....	17
1.6.7 Analisis SWOT.....	19
1.7 Penelitian Terdahulu.....	26

1.8 Kerangka Pemikiran.....	30
1.9 Hipotesis.....	31
1.10 Metode Penelitian.....	32
1.10.1 Tipe Penelitian.....	32
1.10.2 Fokus Penelitian.....	33
1.10.3 Jenis dan Sumber Data.....	34
1.10.4 Unit Analisis.....	34
1.10.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
1.10.6 Pengujian Keabsahan atau Validitas Data.....	36
1.10.7 Teknis Analisis Data.....	37
BAB II	GAMBARAN UMUM SETTING PENELITIAN
2.1 Sejarah Singkat.....	43
2.2 Visi dan Misi.....	45
2.3 Nilai Perusahaan.....	46
2.4 Logo Perusahaan.....	47
2.5 Struktur Organisasi PT. Faragis Tetra Utama.....	48
2.6 Produk Sebersih.....	52
BAB III	HASIL PENELITIAN
3.1 Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Bisnis “Sebersih” saat ini.....	57
3.2 Kondisi Lingkungan Internal Bagi “Sebersih” dalam Pengembangan Bisnis.	61
3.2.1 Sumber Daya Manusia.....	61
3.2.2 Pemasaran (<i>Marketing</i>)	67
3.2.3 Keuangan atau Akuntansi (<i>Finance/Accounting</i>).....	75
3.3 Kondisi Lingkungan Eksternal Bagi “Sebersih” Dalam Pengembangan Bisnis.....	77
3.3.1 Lingkungan Eksternal Secara Makro (PESTLE).....	77
3.3.2 Lingkungan Eksternal Secara Mikro “Porter”.....	85
BAB IV	PEMBAHASAN
4.1 Analisis Strategi Bersaing Yang Digunakan oleh 'Sebersih'	92

4.1.1 Strategi <i>Differensiasi</i>	92
4.1.2 Strategi Cost Leadership.....	93
4.2 Analisis Formulasi Strategi Perusahaan yang Tepat Bagi “Sebersih” Untuk Mencapai Keunggulan Dalam Bersaing dengan Metode SWOT.....	93
4.2.1 Analisis Lingkungan Internal “Sebersih”.....	93
4.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal “Sebersih”	95
4.2.3 <i>Matrix Internal Factor Evaluation (IFE)</i>	96
4.2.4 <i>Matrix Exsternal Factor Evaluation (EFE)</i>	100
4.2.5 <i>Matrix Grand Strategy</i>	103
4.2.6 <i>Matrik SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threat)</i>	107
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan.....	119
5.2 Saran-Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN.....	127

DAFTAR TABEL

1.1	Matrik Alternatif Strategi SWOT	20
1.2	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	27
1.3	<i>Internal factors Analysis Summary</i> (IFAS) dan <i>Eksternal factors Analysis Summary</i> (EFAS)	38
1.4	Matriks SWOT.....	42
2.1	Data Asset PT. Faragis Tetra Utama.....	43
3.1	Produk dan Harga 'SC'.....	59
3.2	Produk dan Harga 'Sebersih'.....	60
3.3	Perbandingan Harga Produk 'SC' dan 'Sebersih'.....	60
3.4	Persediaan Barang Baku dan Barang Jadi 'Sebersih' Tiap Bulan	73
3.5	Persediaan Produk Siap Jual Sebersih Tiap Bulan.....	74
3.6	Jumlah dan Harga Bahan Baku Produk 'Sebersih'.....	87
4.1	Pembobotan IFE 'Sebersih'.....	96
4.2	Analisis IFE 'Sebersih'.....	98
4.3	Analisis IFE 'Sebersih'.....	99
4.4	Pembobotan EFE 'Sebersih'.....	100
4.5	Analisis EFE 'Sebersih'.....	101
4.6	Analisis EFE 'Sebersih'.....	107
4.7	Perhitungan Selisih Skor Faktor SWOT.....	104
4.8	Matrik SWOT 'Sebersih'.....	108

DAFTAR GAMBAR

1.1	Grafik Penjualan Produk “Sebersih” Oleh Principal Pada Oktober-Desember 2022.....	3
1.2	Model Lima Kekuatan Porter.....	15
1.3	Kerangka Pemikiran Strategi Bisnis “Sebersih”.....	31
1.4	Matrix Grand Strategy <i>Menurut Kuadran Perusahaan</i>	40
2.1	Logo Sebersih.....	47
2.2	Struktur Organisasi PT. Faragis Tetra Utama.....	48
3.1	Lowongan Pekerjaan 'Sebersih'.....	63
3.2	Lembar Data Keselamatan (MSDS) 'Sebersih'.....	79
4.1	Diagram SWOT	105