



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Inovasi Pupuk Anorganik NPK
Produk Retail PT. PUPUK KUJANG Cikampek di
Indonesia

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Satria Bramanda Ramadhany

2014320169

Bandung

2019



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A
SK BAN-PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Inovasi Pupuk Anorganik NPK
Produk Retail PT. PUPUK KUJANG Cikampek di
Indonesia

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Satria Bramanda Ramadhany

2014320169

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph. D.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Satria Bramanda Ramadhany
Nomor Pokok : 2014320169
Judul : Analisis Strategi Inovasi Pupuk Anorganik NPK Produk Retail PT.
PUPUK KUJANG Cikampek di Indonesia

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 6 Januari 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

Sekretaris
Sanerya Hendrawan, Ph.D

Anggota
Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Satria Bramanda Ramadhany
NPM : 2014320169
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi Inovasi Pupuk Anorganik

NPK Produk Retail NPK PT. PUPUK KUJANG Di Indonesia.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 18 Desember

2019

Satria Bramanda Ramadhany

ABSTRAK

Nama : Satria Bramanda Ramadhany
NPM : 2014320169
Judul : Analisis Strategi Inovasi Pupuk Anorganik NPK Produk Retail PT.
PUPUK KUJANG Cikampek di Indonesia

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana proses strategi inovasi produk pupuk NPK yang dilakukan oleh PT. PUPUK KUJANG Cikampek dan bagaimana pengaruh produksi produk dan pemasaran produk bisa berpengaruh untuk pasar. Strategi produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi atau memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, dapat berupa barang, jasa, maupun ide. Dengan didukung oleh inovasi produk yang dimana inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan, dikembangkan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/kegunaannya.

PT Pupuk Kujang didirikan pada tanggal 9 Juni 1975. Perusahaan sendiri bergerak pada bidang produksi dan pemasaran pupuk Di Indonesia. Perusahaan PUPUK KUJANG sendiri memiliki beragam macam produk pupuk organik dan anorganik dari segi produk retail, non subsidi dan subsidi. Jenis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yang didukung dengan teknik analisis data Kualitatif, yang dimana untuk mendapatkan fakta dan bukti atas masalah yang ada secara sistematis dan faktual. Model penelitian yang digunakan adalah yaitu (1) analisis mengenai produk, (2) penentuan strategi inovasi produk, (3) perancangan strategi produk, (4) pembahasan keseluruhan strategi yang diterapkan dan (5) kesimpulan dan hasil analisis strategi produk pupuk NPK.

Hasil dari penelitian ini adalah bagaimana perusahaan menggunakan strategi internal dan eksternal perusahaan dan penerapan tujuan Inovasi strategi produk pupuk NPK. Analisis eksternal dan internal produk NPK perusahaan PUPUK KUJANG yang didasarkan pada analisis *PEST* dan *Five Forces Model* dan SWOT. Kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan adalah mempunyai produk pupuk NPK dengan manfaat yang berbeda-beda, seperti produk NPK ditawarkan tidak hanya untuk tanaman pertanian dan perkebunan saja, tetapi bisa digunakan untuk tanaman industri sehingga daya minat pasar bisa meningkat akan inovasi tersebut. Dilihat dari segi kualitas produk maupun pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan petani, perusahaan dengan tingkat penjualan pupuk NPK yang terus konsisten meningkat, menerapkan sistem sosialisasi pada petani dan konsumen yang nantinya bukan hanya edukasi yang diberikan tetapi juga relasi akan loyalitas akan terlahir. Hasil ini membuktikan dengan melakukan strategi inovasi terhadap pengembangan produk NPK menghasilkan respon yang positif dari konsumen, petani, re-seller, distributor dan masyarakat lainnya dan khususnya untuk di pasar konsentrasi yang mereka tuju di Indonesia.

Kata Kunci: Strategi dan Inovasi Produk.

ABSTRACT

Name : Satria Bramanda Ramadhany
NPM : 2014320169
Title : Analysis of NPK Inorganic Fertilizer Innovation Strategy for Retail Products of PT. PUPUK KUJANG Cikampek in Indonesia

The purpose of the authors to do this research is to see how the NPK fertilizer product innovation strategy process carried out by PT. PUPUK KUJANG Cikampek and how the influence of product production and product marketing affect the market. Product strategy is anything that can meet or satisfy the needs or desires of humans, both tangible and intangible, which can be in the form of goods, services, or ideas. Supported by product innovation where innovation is used throughout the company's operations where a new product is created, developed and marketed, including innovation in all functional / usability processes.

PT Pupuk Kujang was established on June 9, 1975. The company itself is engaged in the production and marketing of fertilizers in Indonesia. PT. PUPUK KUJANG company itself has various kinds of organic and inorganic fertilizer products in terms of retail, non-subsidized and subsidized products. This type of research uses descriptive analysis that is supported by Qualitative data analysis techniques, which are to obtain facts and evidence of problems that exist systematically and factually. The research model used is (1) analysis of the product, (2) determination of the product innovation strategy, (3) product strategy design, (4) discussion of the overall strategy applied and (5) conclusions and results of the NPK fertilizer product analysis strategy.

The results of this study are how companies use the company's internal and external strategies and the implementation of the NPK fertilizer product innovation strategy goals. External and internal analysis of NPK PUPUK KUJANG company's products based on PEST and Five Forces Model and SWOT analysis. The strength of the company is having NPK fertilizer products with different benefits, such as NPK products that are offered not only for agricultural and plantation crops, but can be used for industrial plants so that market interest can be increased for these innovations. In terms of the quality of the products and services offered in accordance with the needs of consumers and farmers, companies with NPK fertilizer sales levels that continue to consistently increase, implement a socialization system for farmers and consumers who will not only educate but also the relationship of loyalty will be born. This result proves that by implementing an innovative strategy for developing NPK products, it has produced positive responses from consumers, farmers, re-sellers, distributors and other communities and in particular for the concentration market they are purpose for Indonesia.

Keywords: Product Innovation Strategic.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Inovasi Pupuk Anorganik NPK Produk Retail NPK PT. PUPUK KUJANG Di Indonesia.”. Penulisan penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam penyusunan skripsi pada jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Selama penulisan skripsi ini tentunya penyusun mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ramadhany Rajasa dan Leiny Leviana yang selalu mendoakan, memotivasi dalam meraih kesuksesan, memberikan dukungan moril maupun materil, memberikan perhatian, dan memberikan nasihat – nasihat kepada penulis selama menempuh studi hingga mendapat gelar sarjana ini.
2. Kakak-kakak dan keluarga besar penulis yang selalu mendoakan, mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Bapak Sanerya Hendrawan Ph.d. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat bagi penulis dalam hal penelitian skripsi ini.

4. Bapak Mangadar Situmorang, Ph. D. selaku Rektor UNPAR, Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku ketua jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, dan seluruh dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis UNPAR yang telah memberikan ilmu dan juga wawasan kepada penulis selama menempuh studi di UNPAR.
5. Kepada Bapak Ruly, Riki dan Yudi selaku Manajer perizinan, Retail dan Pemasaran PT. PUPUK KUJANG Cikampek yang senantiasa membantu dan meluangkan waktu dalam pengerjaan skripsi yang dilakukan oleh penulis.
6. Andra, Fauzi, Nizar, Faisal, Lukman, Syahreza, Stefano, Fitri, Taritha, yang sama – sama berjuang dan saling menemani selama penulisan skripsi ini, dan selalu menjadi tempat mencurahkan isi hati dan keluh kesah kapanpun bertemu dan ada kesempatan.
7. Teman – teman saya dari Administrasi binis yang tidak bisa disebutkan karena banyak dan sudah banyak yang lulus duluan, terimakasih sudah menemani penulis dari semester satu dan menjadi teman sepermainan yang menjadi kenangan untuk penulis yang tidak mungkin dilupakan.
8. Kepada pihak – pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu terima kasih atas dukungan dan doanya.
9. Alya yang telah membantu memotivasi membereskan skripsi ini.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II KERANGKA TEORI	7
2.1 Pengertian Strategi	7
2.2 Strategi Produk	9
2.2.1 Inovasi Produk	12
2.3 Analisis Lingkungan Eksternal	17
2.3.1 PEST Analysis	18
2.3.2 Five Forces Analysis	20
2.4 SWOT Analysis	23
2.5 Matriks SWOT	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Metode Penelitian	27
3.2 Objek Penelitian	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data	28
3.4 Teknik Analisis Data	29

3.5	Sistematika Pembahasan	29
3.6	Jenis Penelitian	30
BAB IV OBJEK PENELITIAN		31
4.1	Logo Perusahaan.....	31
4.2	Sejarah Perusahaan	32
4.3	Profil Perusahaan	33
4.4	Visi dan Misi Perusahaan.....	34
4.5	Struktur Organnisasi	34
BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....		35
5.1	Analisis Strategi dan Inovasi	35
5.1.1	Produk Retail	35
5.1.2	Inovasi produk	40
5.1.3	Analisis Lingkungan Eksternal.....	47
5.1.3.1	PEST	47
5.1.3.2	FIVE FORCES	56
5.1.4	Analisis lingkungan Internal	65
5.1.4.1	SWOT	65
5.1.4.2	Matriks SWOT	69
5.3	Efektifitas Strategi Inovasi	76
5.3.1	Strategi Produk	76
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		94
6.1	Kesimpulan.....	94
6.2	Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA		99

LAMPIRAN	102
----------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bentuk - Bentuk Inovasi.....	12
Gambar 2.2 <i>Innovation Value Chain</i>	16
Gambar 2.3 Tabel Inovasi produk.....	18
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	32
Gambar 4.2 Bagan Struktur Perusahaan.....	35
Gambar 5.1 Tampilan Pupuk Jeranti.....	37
Gambar 5.2 Tampilan Pupuk Nitrea.....	38
Gambar 5.3 Tampilan Pupuk KCL Kujang.....	39
Gambar 5.4 Tampilan Pupuk NPK 30-6-8.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Diagram Matriks SWOT.....	69
Tabel 5.2 Tabel Data Penjualan.....	77
Tabel 5.3 Tabel Daftar perusahaan pupuk di Indonesia.....	90

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan pesatnya perkembangan arus globalisasi di dunia, akhirnya mendorong terjadinya peningkatan tingkat persaingan dalam dunia bisnis. Tingginya tingkat persaingan tersebut mendorong pelaku bisnis untuk menawarkan produk mereka dengan strategi-strategi untuk dapat menarik konsumen dan perhatian pasar. Sehingga, strategi inovasi menjadi salah satu hal penting bagi perusahaan untuk dapat mencapai target atau tujuan yang dimilikinya.

Oleh karena itu, strategi inovasi perusahaan harus dirancang dan direncanakan dengan baik, sehingga strategi tersebut dapat menyesuaikan perusahaan dalam perubahan-perubahan yang terjadi. Hal tersebut harus didorong dengan kemampuan para perumus strategi untuk dapat melihat peluang serta tantangan yang akan dan sedang dihadapi oleh perusahaan, baik dari lingkungan internal maupun eksternal, serta dapat menentukan penyelesaian atauantisipasi untuk menghadapi hal-hal tertentu yang berada didalam atau diluar kendali perusahaan.

Salah satu sektor bisnis yang juga terpengaruhi adalah produk pupuk anorganik atau NPK, dimana menjelaskan mengapa sebuah pupuk anorganik dapat disebut anorganik dikarenakan pupuk tersebut merupakan pupuk yang tersusun atau disintesis dari bahan anorganik atau majemuk di pabrik-pabrik pupuk. Tidak seperti pupuk organik, pupuk anorganik atau biasanya memiliki kandungan hara(kimia), dan efek yang ditimbulkan jika dipalikasikan ke tanaman dapat cepat terlihat

pertumbuhannya. Secara umum, tumbuhan hanya menyerap nutrisi yang diperlukan jika terdapat dalam bentuk senyawa kimia yang mudah larut, misalnya dari pupuk organik yang prosesnya dilepaskan ke tanah melalui pelapukan yang dapat memakan waktu lama untuk pertumbuhan tanaman. Sebaliknya dengan pupuk anorganik, memberikan nutrisi yang langsung terlarut ke tanah dan siap diserap tumbuhan tanpa melakukan proses pelapukan.

Tiga senyawa dalam pupuk anorganik yaitu, NPK (Nitrogen, fosfor dan kalium). Saat ini pupuk anorganik dapat ditemukan dalam banyak jenis. Jenis-jenis pupuk anorganik bervariasi mulai dari adanya perbedaan warna, bentuk, maupun cara penggunaannya. Namun secara umum ia dapat diklasifikasikan berdasarkan kandungan haranya menjadi 2 jenis yaitu pupuk tunggal dan pupuk majemuk. Pupuk tunggal ialah pupuk anorganik yang hanya mengandung satu jenis unsur hara saja, contohnya pupuk urea, pupuk TSP, pupuk SP36, pupuk KCl, pupuk Dolomit, pupuk ZA, pupuk ZK dan lain sebagainya. Sedangkan pupuk majemuk adalah pupuk anorganik yang mengandung lebih dari satu jenis unsur hara, contohnya pupuk NPK, pupuk NK, pupuk NP, dan lain sebagainya. Pupuk anorganik menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat atau petani yang menjadikan pilihan tepat bagi mereka untuk mengembangkan dan mempercepat pertumbuhan tanaman yang mereka miliki. Dalam fenomena ini juga pupuk anorganik adalah salah satu alternatif solusi untuk mengembangkan produk pupuk.

Di Indonesia sendiri, pupuk anorganik atau NPK sudah terlihat eksistensinya dikarenakan banyak segementasi konsumen atau petani yang mengedepankan efisiensi dengan memilih produk pupuk gabungan daripada produk organik, karena produk gabungan atau anorganik memiliki lebih banyak inovasi dari segi kualitas

dan bentuk atau jenis produk yang dibuatnya, selain itu harga pupuk anorganik yang cenderung lebih murah, dibandingkan dengan produk organik dan memiliki ketahanan yang lebih kuat dan tahan lama. Oleh karena itu membuat produk anorganik banyak diminati oleh masyarakat dan petani Indonesia. Sehingga pupuk anorganik banyak diminati oleh masyarakat dan petani Indonesia.

Hasil dari penelitian menurut para ahli, telah dibuktikan bahwa pupuk anorganik adalah pupuk yang bisa menyebabkan ketahanan atau kualitas kesuburan tanah menjadi tidak baik, akan tetapi ada salah satu perusahaan yang menerapkan pupuk anorganik dengan mengolah bahan kimia itu secara sistematis unggul dan bisa bermanfaat bagi sektor atau unit yang membutuhkan. Salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak dalam produksi pupuk anorganik atau NPK adalah PT. PUPUK KUJANG. Perusahaan PUPUK KUJANG sendiri memiliki beragam macam produk pupuk anorganik dari segi produk retail, non subsidi dan subsidi. Tetapi produk unggulan perusahaan PUPUK KUJANG dipasar saat ini adalah produk pupuk NPK non subsidi atau retail yaitu pupuk Jeranti, Nitrea, NPK 30-6-8 dan KCL KUJANG.

PT. PUPUK KUJANG menjamin kualitas produk anorganik nya dengan adanya lisensi atau sertifikat jaminan terhadap beberapa produknya. Selain itu, PUPUK KUJANG juga menerapkan sistem internal yang menjamin produk terbebas dari penggunaan bahan kimia ilegal yang dimana, bahan-bahan kimia yang sudah diterapkan dalam produk anorganiknya adalah bahan yang sudah melalui proses tempuh yang baik dan tersertifikasi untuk dijadikan produk pupuk yang legal dan baik untuk pengembangan pertumbuhan tanaman. Dalam penerapan

strategi kebijakan tersebut, PUPUK KUJANG juga membawa dampak baik bagi perkembangan pasar dan penjualan di Indonesia dan mensejahterakan peluang ekonomi yang baik untuk Indonesia.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diperoleh, bahwa di Indonesia dalam sektor pertaniannya terdapat permasalahan dalam pengembangan tanah dan pertanian yang didapati, dimana proses pertumbuhan terhadap pertanian di Indonesia mengalami penurunan dalam tingkat statistik pertumbuhan tanaman terhadap ekosistem ekonominya, yang dimana faktor ekonomi dalam penjualan tanaman dan pupuk pertanian indonesia termasuk hal penting bagi kesejahteraan ekonomi di Indonesia.

Dalam hal ini perusahaan yang menanggulangi permasalahan tersebut adalah perusahaan pupuk kujang yang membuat solusi untuk mengembangkan pertanian di Indonesia. Perusahaan PUPUK KUJANG membuat pupuk anorganik yang membantu proses pertumbuhan tanaman yg dimana statistik pertumbuhan tanaman menjadi lebih cepat dan efektif, dibandingkan dengan pupuk orgnaik meskipun alami. Dalam penanggulangan pertumbuhan tanaman, pupuk kujang membuat berbagai macam produk anorganik.

Perusahaan PUPUK KUJANG mengadakan dan memfasilitasi apa yang dibutuhkan masyarakat Indonesia atau petani yang membutuhkan produk pupuk anorganik, yang bisa juga memeberi solusi dalam permasalahan yang terdapat pada pertanian Indonesia. Dalam hal ini, memnunjukan bahwa identifikasi masalah adalah

salah satu faktor, yang mengakibatkan permasalahan yang ada di topik ini untuk dicari dan dijadikan sebagai solusi bagi penulis dan moderator.

Dalam kesimpulan yang ada diatas maka dihasilkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apa strategi inovasi dari produk pupuk NPK retail yang dilakukan oleh PT. PUPUK KUJANG dan seberapa efektif strategi tersebut.
2. Bagaimana hasil dari inovasi produk tersebut dan apa dampak yang dihasilkan oleh perusahaan dalam menerapkan strategi tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis akan mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa strategi inovasi produk yang dilakukan oleh PT. PUPUK KUJANG dalam pengembangan pupuk anorganik NPK retail di Indonesia?
2. Bagaimana prospek efektifitas strategi inovasi yang dilakukan oleh PT. PUPUK KUJANG dalam pengembangan pupuk anorganik NPK retail di pasar Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dibentuknya tulisan ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan strategi produk serta mengidentifikasi dan memahami kelemahan serta kelebihan inovasi produk anorganik yang dikembangkan dan dipasarkan oleh PT PUPUK KUJANG.

2. Untuk menemukan solusi strategi produksi dan pemasaran dari produk anorganik NPK PT PUPUK KUJANG agar dapat mengembangkan jangkauan penjualan dan pemasaran di pasar Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dan permasalahan yang telah dirumuskan, penulis mengharapkan tulisan ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan strategi produk yang dimiliki PT PUPUK KUJANG dalam memasarkan produk organik.
2. Mengidentifikasi kelemahan serta kelebihan produk anorganik yang diproduksi oleh PT PUPUK KUJANG.
3. Menjadi bahan evaluasi bagi PT PUPUK KUJANG agar dapat terus berkembang terutama dalam melebarkan jangkauan penjualan produknya di pasar Indonesia.
4. Menjadi bahan dan masukan bagi peneliti sejenis dan menjadi sumbangsih ilmu pengetahuan