

Strategi Pertumbuhan Produk Impor PT. Jico Agung dalam menghadapi Krisis Ekonomi Global = Growth Strategy of PT. Jico Agung's Import Products in Facing Global Economic's Crisis

Muhammad Purwo Arrifunatiq, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=127766&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas strategi yang dapat dilakukan untuk memperoleh pertumbuhan. Penelitian ini adalah kualitatif dengan desain deskriptif. Masalah yang dibahas adalah dampak krisis ekonomi global yang terjadi sejak pertengahan tahun 2008 yang menimpa hampir semua aspek ekonomi termasuk bidang usaha tidak terkecuali PT Jico Agung sebagai perusahaan distribusi produk konsumsi. Produk impor sebagai salah satu jenis produk yang dipasarkan oleh PT Jico Agung dianggap produk yang terkena dampak yang cukup signifikan atas terjadinya krisis ekonomi global. Hal ini diperparah dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 56/M-DAG/PER/12/2008 yang mengatur tentang ketentuan impor barang tertentu dimana produk impor makanan dan minuman termasuk salah satu yang diatur di dalamnya. Bertolak belakang dengan kondisi tersebut di atas, manajemen PT Jico Agung justru mensyaratkan adanya pertumbuhan penjualan produk impor sebesar seratus persen untuk target tahun 2009. Dari hasil penelitian menyarankan bahwa dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan usahanya baik eksternal maupun internal serta memperhatikan bisnis intinya, maka PT Jico Agung dapat melakukan strategi pertumbuhan dengan melakukan strategi penetrasi pasar dan pengembangan pasar.

.....This thesis analyzes strategy options of company in gaining growths. By using a qualitative approach, this study took PT Jico Agung as a case study. The company problem began when global economic crisis started in the mid of year 2008 and affected almost all economic aspects included business area. PT Jico Agung as a consumer goods distribution company also affected highly by this crisis. Import products as one of PT Jico Agung products portfolio was considered to be products which were affected more significantly than others. This situation became worst when Indonesian Government through its Trading Minister launched Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 56/M- DAG/PER/12/2008 regulated particular import products where food and drink products category was one of others four which was stated in that regulation. Contrast with the situation above, PT Jico Agung management put a double growth of import products sales in their business plan for the year 2009. This research resulted with an advice by considering its business environments and its core business that PT Jico Agung could choose a growth strategy by doing market penetration and market development strategy.