

Keunggulan pengendalian teknik produksi sebagai kekuatan dalam strategi bersaing : studi kasus pada sebuah industri makanan kaleng

Kazan Gunawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20439057&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perkembangan Industri makanan kaleng di Indonesia dewasa ini menunjukkan peningkatan yang cukup berarti. Sejalan dengan itu, persaingan dalam industri ini menunjukkan intensitas yang mengarah pada persaingan mutu yang menyangkut rasa dan kandungan fisik produk serta faktor keamanan daripada produk itu sendiri. Hal ini dapat dijelaskan dengan adanya peningkatan pendapatan masyarakat yang secara langsung berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat yang lebih mengutamakan mutu daripada kuantitas barang yang dikonsumsi. Ditambah lagi dengan keikutsertaan pemerintah dalam hal mutu yang dilakukan melalui Departemen Kesehatan dan keikutsertaan konsumen melalui Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.

Ditinjau dari pemakai produk makanan kaleng, konsumen dalam industri makanan kaleng tergolong dalam segmen menengah keatas, dimana kecenderungan konsumsi konsumen pada golongan ini lebih mengutamakan mutu daripada harga. Oleh karena itu Pengendalian Teknik Produksi memegang peranan penting bagi perusahaan dalam persaingan industri disamping faktor faktor lain yang juga ikut menentukan.

Dalam situasi persaingan yang semakin ketat, mengharuskan perusahaan menentukan strategi bersaing yang tepat dan terencana dengan mempertimbangkan baik faktor-faktor Internal maupun faktor-faktor eksternal perusahaan yang dapat berpengaruh dalam persaingan industri.

Dari segi Internal Perusahaan, faktor yang diperhatikan meliputi proses produksi dan pengendalian mutu, sedangkan dari eksternal perusahaan perhatian ditujukan kepada kekuatan-kekuatan yang dapat mempengaruhi, persaingan industri yakni meliputi Kekuatan Para Pesaing, Pemasok, Pembeli, Pemerintah RI, serta faktor Substitusi.

Faktor-faktor yang menjadi kekuatan bagi perusahaan terdiri dari Pengendalian Teknik produksi, Keunggulan Biaya menyeluruh, Differensiasi produk, serta Distribution Channel sedangkan kelemahan perusahaan pada dasarnya hanya terletak pada ketergantungannya terhadap pemasok dan pembeli. Dengan memandang adanya peluang pasar yang cukup besar dan dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan perusahaan diatas, maka strategi yang relevan bagi perusahaan adalah Strategi Growth dengan substrategi Internal Growth berupa Ekspansi serta sub strategi External Growth berupa Integrasi secara vertikal.

Pemilihan substrategi berupa Ekspansi lebih didasarkan pada adanya peluang pasar yang masih terbuka, sedangkan pemilihan substrategi berupa Integrasi Vertikal lebih didasarkan pada upaya untuk mengeliminasi kekuatan pemasok dan kekuatan pembeli. Dalam mengimplementasikan strategi diatas, perusahaan perlu

juga mempertimbangkan kesiapan manajemen, Sumber daya manusia serta fungsi fungsi yang terkait dengan tujuan dapat memahami arah dan strategi perusahaan secara menyeluruh dan berkesinambungan.