Analisis strategi PT X pada produksi mentega

Munthe, Herman Ginting, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20448057&lokasi=lokal>

Abstrak

PT X merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam sektor agroindustri, yang telah dikenal luas di Indonesia sebagai perusahaan yang bergerak di industri pengolahan susu. Salah satu produk andalan PT X adalah mentega yang dihasilkan dari lemak susu melalui suatu proses fermentasi. Mentega sebagai salah satu bentuk diversifikasi produk PT X, telah diproduksi sejak tahun 1972 dan hingga kini PT X telah mengeluarkan lima merek mentega dalam berbagai ukuran dan kemasan, seperti OB, GC, AB, IB dan AI. Perkembangan pasar mentega di dalam negeri sendiri tidak terlalu cepat dengan rata-rata peningkatan sebesar 4 - 5 persen per tahun. Walaupun demikian pasar mentega tetap menarik bagi pelaku pasar untuk ikut serta memenuhi kebutuhan konsumsi mentega di dalam negeri. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya mentega impor dengan berbagai merek yang masuk ke dalam negeri, seclangkan untuk produsen lokal, PT X hanya menghadapi persaingan dan satu produsen lokal lainnya.

Dalam memasuki masa knisis ekonomi yang dthadapi Indonesia sejak akhir semester kedua tahun 1997, PT X praktis mengbadapi situasi yang berbeda dengan tahun tahun sebelumnya dimana pada masa krisis ini tingkat persaingan semakin tajam. Di satu sisi ancaman yang muncul semakin besar dan tidak terduga sebelumnya sedangkan di sisi yang lain peluang yang ada semakin kecil. Hal ini semua memaksa PT X untuk mengkaji ulang semua lcebijaksanaan yang telah diterapkan dan berusaha mencari solusi terhadap permasalahan yang ada.

Salah satu cara untuk mengantisipasi perubahan lingkungan usaha yang cepat adalah dengan melakukan analisis terhadap perkembangan industri mentega itu sendiri dan berbagai fktor eksternal dan internal yang mempengaruhi keunggulan daya saing PT X. Analisis industri dilakukan terhadap lima komponen penting dalam industri, yakni persaingan antar penisahaan yang ada, pendatang bani yang potensial, kekuatan tawar menawar dan penibeli, ancaman produk pengganti dan kekuatan tawar-menawar dan pemasok.

Faktor-faktor eksternal merupakan ancaman dan peluang yang datang dan luar PT X sedangkan faktor-faktor internal adalah kekuatan dan kelemahan yang dimiliki PT X. Keempat faktor ini dianalisis dengan menggunakan berbagai perangkat analisis seperti EFE Matrix; IFE Matrix, SWO T Matrix, SPACE Matrix, Internal-Fctemal Matrix, Grand Startegy Matrix dan Quantitative Strategic Planning Matrix.

Berdasarkan analisis industri yang dilakukan dapat disimpulkan PT X menghadapi tingkat persaingan yang tinggi dalam pasar mentega dalam negeri terutama dan masuknya produk-produk mentega impor dan ancaman produk substitusi yakni margarine sedangkan kekuatan tawar-menawar terhadap pembeli dan pemasok relatif lemah. Kondisi ini lebih diperburuk ;agi dengan lebih dominannya faktor ancaman dan kelemahan dibanclingkan faktor peluang dan kekuatan. Kesemuanya itu menempatkan PT X pada posisi bertahan.

Pada kondisi tersebut alternatif terbaik yang dapat dilakukan adalah dengan melalcsanakan perampingan terhadap uni produk mentega yang dihasilkan, Perampingan ini diniaksudkan untuk melakukan penghematan biaya dan lebih meningkatkan daya saing PT X dengan llebih memfokuskan produk menteganya hanya pads merek OB yang menjadi produk andalan.