

Strategi Perusahaan Distribusi BBM : studi kasus PT. XYZ

Augustinus Wibowo Priba, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20451508&lokasi=lokal>

Abstrak

PT XYZ adalah perusahaan distribusi BBM yang telah berdiri sejak tahun 1968. Perusahaan ini mendistribusikan BBM (Solar, Diesel, Residu, Premium) produksi PERTAMINA kepada pelanggan-pelanggan industry sesuai dengan alokasi yang dimiliki.

Seiring dengan perkembangan jaman, pihak manajemen perlu untuk melakukan beberapa perbaikan sebagai upaya untuk dapat tetap bertahan dan bertumbuh secara berkelanjutan, terutama dalam menghadapi kendala-kendala yang semakin beragam (penyelundupan, pengoplosan BBM) dan persaingan yang semakin ketat (lensaingan biaya dan pelayanan).

Pada mulanya perusahaan menerapkan strategi ganda yaitu strategi low cost dan strategi diferensiasi.

Ketidakkonsistenan dalam penerapan strategi ini menyebabkan perusahaan tidak mempunyai arah yang jelas dan tidak memiliki dasar yang pasti dalam pengambilan keputusan-keputusan strategis.

Setelah melalui pengamatan dan survey terhadap pelanggan maka sejak setahun yang lalu PT. XYZ memutuskan menerapkan strategi diferensiasi ini maka PT. XYZ juga melakukan peningkatan kemampuan teknologi informasinya dengan menerapkan system computer terintegrasi.

Selama pelaksanaan strategi ini perusahaan dapat mempertahankan bahkan menambah pelanggannya selain itu dari segi pelayannya pun menunjukkan peningkatan dengan semakin berkurangnya keluhan pelanggan dan semakin cepatnya penyelesaian keluhan pelanggan.