

Strategi bersaing PT "X" : studi kasus industri telekomunikasi

Hadi Rachman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20452019&lokasi=lokal>

Abstrak

PT."X" adalah perusahaan yang bergerak di bidang instalasi, importir & distributor peralatan mekanikal, elektrikal, & telekomunikasi. Untuk perdagangan produk peralatan telekomunikasi, PT."X" termasuk pendatang baru yang hendak meraih peluang-peluang yang cukup banyak sebagai akibat pesatnya pembangunan di Indonesia. Untuk itu PT."X" mendapat kepercayaan dari salah satu produsen peralatan telekomunikasi yang canggih dari PT."Y", sebuah perusahaan peralatan telekomunikasi yang terbesar di dunia, untuk menjadi partner mereka di Indonesia.

Di dalam era globalisasi, PT "X" sebagai kontraktor M & E & Telekomunikasi terpacu untuk berfikir global dan strategis untuk memenangkan bukan hanya managing the business, tetapi juga managing the competition. Hal ini perlu dilakukan mengingat remote environment yang berubah sangat cepat. Untuk mengantisipasi perkembangan bisnis di masa mendatang PT."X" telah mengageni produk telekomunikasi canggih dan PT."Y". Keputusan untuk mengambil keagenan produk telekomunikasi ini sangat tepat mengingat telekomunikasi adalah produk vital dan menjanjikan tingkat pertumbuhan yang sangat tinggi. Dalam melakukan pemasaran produk telekomunikasi PT "Y" , PT "X" mendapat saingan berat dan produk Asia (Jepang khususnya), dan juga dan produk Eropa Barat (diwakili terutama dan Jerman) yang telah menguasai pasar di Indonesia dengan cukup mantap. Masalah yang dihadapi oleh PT."X" adalah bagaimana dapat meraih pangsa pasar yang besar dalam memasarkan peralatan telekomunikasi, sehingga pada masa yang akan datang dapat merijadi market leader untuk peralatan telekomunikasi yang canggih.

Berarti PT."X" harus memiliki strategi bersaing yang unggul untuk menghadapi pesaing-pesaingnya yang sudah lebih dahulu menguasai pasar. Untuk itu digunakan beberapa metode analisa guna pengambilan keputusan untuk membentuk strategi bersaing yang paling tepat. Metode analisa yang digunakan dalam tulisan ini adalah analisa industri, analisa internal perusahaan, analisa SWOT. Kemudian dilakukan formulasi strategi bersaing berdasarkan SWOT analysis diagram, grand strategy selection matrix, grand strategy clusters. Untuk menentukan strategi yang tepat bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan industri, maka sebelumnya harus diketahui posisi perusahaan saat ini dengan segala kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya, juga bentuk peluang dan ancaman yang ada.

Dari hasil analisa ditemukan bahwasanya perusahaan pada saat ini berada pada posisi kuadran I dan SWOT Analysis Diagram, sehingga yang dapat dipakai adalah strategi agresif. Sedangkan dan analisa grand strategy matrix maka ternyata perusahaan berada pada posisi kuadran III, sehingga strategi yang dapat dilakukan adalah concentrated growth, market development & product development, dengan berfokus pada market development.

Berdasarkan formulasi grand strategy clusters, maka posisi perusahaan ada pada kuadran I, dan strategi yang disarankan adalah concentrated growth.