

Analisis strategi bisnis pt. abc dalam menghadapi persaingan di industri pakan ternak unggas

Dwi Utami Dadiarto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461856&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Industri pakan ternak di Indonesia yang sebagian besar adalah industri pakan ternak unggas yang merupakan komponen paling penting dalam agribisnis ayam ras, sangat tergantung pada bahan baku impor khususnya jagung, kedele dan tepung ikan. Industri ini mempunyai posisi yang strategis dalam industri peternakan khususnya perunggasan karena 70% dari biaya produksi perunggasan berasal dari biaya pakan. Apalagi hasil dari industri peternakan seperti ayam dan telur serta daging sapi termasuk dalam sembilan bahan pokok. Oleh karenanya industri pakan ternak memiliki peranan penting dalam penyediaan sumber protein yang dibutuhkan masyarakat.

Selama tahun 1998 industri pakan ternak nasional mengalami penurunan kinerja yang cukup tajam. Hampir seluruh produsen pakan ternak mengalami penurunan kinerja sekitar 50%, bahkan beberapa diantaranya sempat terpaksa menghentikan usahanya. Industri pakan ternak dalam beberapa tahun terakhir terlihat mulai bangkit dari keterpurukannya di tahun 1998 akibat terjadinya krisis ekonomi. Bangkitnya industri pakan ternak ini tidak terlepas dari mulai membaiknya permintaan, terutama oleh usaha ternak ayam ras baik petelur maupun pedaging dalam beberapa tahun terakhir ini.

Pada industri ini, kualitas merupakan aspek yang sangat penting dalam bersaing dengan produk kompetitor dan secara umum dalam strategi manajemen. Selain aspek yang penting juga merupakan suatu masalah yang sangat sensitif dalam menghadapi persaingan, dan satu-satunya faktor yang langsung menentukan perusahaan. Kualitas juga merupakan faktor yang sangat penting guna bersaing dan dapat menjadi halangan bagi pesaing yang selalu ingin meningkatkan kualitas produknya. Selain itu, kualitas merupakan cerminan dari tingkat kemampuan suatu produksi dalam memformulasikan bahan baku pakan dan terlihat bagaimana produknya dapat bersaing di pasaran.

Strategi bisnis yang digunakan sangat tergantung bentuk pasar, jenis produk, produk pemula atau bukan, tingkat atau level konsumen yang akan dituju dan tujuan dari perusahaan itu sendiri. Setiap strategi mempunyai metodenya masing-masing, ada berbagai macam strategi bisnis yaitu low cost production dan concentration yang dapat berpengaruh untuk menghadapi persaingan.

Proses analisis strategi bisnis dimulai dengan menganalisis tujuan dan misi perusahaan, serta profil perusahaan, menentukan bentuk pasar kemudian menganalisis strategi bisnis perusahaan dan struktur usaha yang akan dikembangkan dalam bentuk bisnis terintegrasi. Analisis lingkungan usaha mencakup tiga faktor lingkungan yaitu lingkungan eksternal, lingkungan internal dan lingkungan industri. Lingkungan eksternal

terdiri dari faktor ekonomi, teknologi, politik, sosial dan ekologi. Lingkungan internal terdiri dari ancaman pendatang baru, produk substitusi, kekuatan tawar-menawar dan intensitas persaingan industri sejenis.

Pembahasan mencakup kegiatan utama yaitu produksi, sistem pemasaran, struktur usaha PT. ABC pada saat ini dan aktivitas pendukung dalam penentuan harga yang diterapkan. PT. ABC akan mengembangkan struktur usahanya ke arah bisnis integrasi sampai dengan tahap pembuatan Rumah Pemotongan Ayam dan Cold Storage. Kedua usaha itu merupakan tahap yang baru dapat dilakukan oleh PT. ABC untuk menciptakan integrasi vertikal dari hulu ke hilir yang dapat mendukung industri pakan ternaknya. Hasil perbandingan pada Competitive Profile Matrix (CPM) PT. ABC menduduki urutan kedua setelah pesaing utamanya. Keunggulan utama pada CPM tersebut adalah kualitas produk dan referensi pelanggan.

Untuk menghadapi era globalisasi nanti, pihak manajemen PT. ABC harus dapat mengantisipasinya dengan cara meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan program pelatihan untuk meningkatkan performa sumber daya manusianya sendiri. Penyebaran agen distribusi baru harus segera dilaksanakan dalam waktu dekat untuk mengantisipasi ekspansi bisnis, misalkan ke luar Pulau Jawa atau daerah-daerah yang berpotensi untuk membangun peternakan. Meningkatkan jumlah populasi kemitraan dengan menambah jumlah peternak mitra, hal ini dilakukan untuk dapat menyalurkan pakan ternak dan DOC. Hasil dari kemitraan ini yaitu ayam broiler, dapat digunakan untuk kepentingan perusahaan ataupun dijual ke pasaran.