

Analisa strategi pertumbuhan PT.Yummy food utama dan implikasi terhadap implementasinya

Sudirman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=128319&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini merumuskan strategi pertumbuhan untuk PT. Yummy Food Utama dalam mencapai target pendapatan Rp. 500 miliar per tahun pada tahun 2013 di tengah persaingan yang sangat ketat di industri pengolahan susu dan produk turunannya. Penelitian ini merupakan qualitative exploratory berdisain studi kasus perusahaan menengah yang sedang berkembang dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu. Analisa dimulai dengan melakukan analisa eksternal (lingkungan umum, industri, dan pesaing), dilanjutkan analisa internal (sumber daya dan kemampuan). Diperoleh profil kompetensi inti yang berpotensi menjadi keunggulan daya saing, yang jika menggunakan strategi yang tepat dapat melahirkan daya saing strategis yang berkelanjutan di bidang bisnisnya. Hasil ini dikombinasikan dengan pemetaan portofolio produk YFU ke dalam matriks BCG pertumbuhan pasar versus pangsa pasar relatif, sehingga menghasilkan gambaran rencana masa depan untuk masing-masing portofolio produknya. Kemudian dirumuskan pilihan strategi pertumbuhan mana yang sesuai dengan profil YFU secara keseluruhan. Hasil penelitian memperlihatkan YFU untuk menerapkan strategi pertumbuhan kombinasi antara penetrasi pasar dan pengembangan produk, dengan variasi implementasi pada masing-masing segmen produk (pasteurized milk, soft cheese, dan yoghurt). Terlihat dengan perhitungan sederhana, pilihan strategi ini diprediksikan mampu mengantarkan YFU memperoleh peningkatan pangsa pasar yang signifikan dan mencapai pendapatan Rp. 500 miliar per tahun pada tahun 2013. Sebagai alternatif dan backup, penulis juga merekomendasikan strategi akuisisi pada level korporasinya, hal ini akan memberikan keleluasaan YFU dalam mengantisipasi retaliasi dari para pesaing sebagai konsekuensi dari kedinamisan sebuah industri. Strategi ini memberikan implikasi perubahan pada level taktis seperti struktur organisasi dari pola tradisional (yang belum fokus) menjadi model divisional dengan tiga Strategic Business Unit (SBU) untuk masing-masing produknya. Tujuannya agar YFU dapat menjalankan strategi pertumbuhan tersebut sehingga mampu meningkatkan responsiveness perusahaan terhadap perubahan yang sangat cepat yang sedang dan akan terjadi di lingkungan bisnisnya. Penulis juga menyarankan perlunya rencana manajemen perubahan dan manajemen inovasi sebagai bagian penting dari implementasi strategi pertumbuhan tersebut.