

Strategi pemasaran pada PT Sang Hyang Seri (Persero) dalam memenangkan pasar benih hibrida di Indonesia = Marketing strategy in PT Sang Hyang Seri (Persero) to win the competition of hybrid seed market in Indonesia

Stefanus Dody Kristianto Wicaksono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20342159&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dalam perkembangannya benih hibrida dimulai pada tahun 1989 yaitu ditandai dengan munculnya jenis varietas jagung hibrida, dan pasar benih hibrida terus mengalami perkembangan dalam hal teknologi dimana pada tahun 2005 muncul varietas terbaru yaitu varietas benih padi hibrida. Dalam beberapa tahun terakhir jumlah penggunaan benih hibrida terus meningkat sehingga dapat menarik minat perusahaan lain untuk masuk ke pasar benih hibrida sehingga dapat dipastikan ke depannya persaingan dalam industri benih hibrida akan semakin ketat. Dengan semakin ketatnya persaingan dalam industri benih hibrida, maka PT. Sang Hyang Seri memerlukan suatu strategi keunggulan bersaing yang tepat agar dapat memenangkan persaingan dalam pasar benih hibrida. Berdasarkan hasil analisis faktor EFE menunjukkan bahwa perusahaan mampu melakukan respon yang baik di dalam memanfaatkan peluang dan juga mengurangi tingkat ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan, berdasarkan analisis faktor EFE menunjukkan perusahaan memiliki kekuatan internal rata-rata yang baik, berdasarkan analisis IE Matriks didapatkan hasil bahwa perusahaan sedang dalam tahap pertumbuhan dan pembangunan sehingga strategi yang disarankan yang dapat diambil oleh perusahaan adalah strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, dan strategi pengembangan produk. Berdasarkan hasil analisis GE Matriks menunjukkan produk benih padi hibrida dan produk benih jagung hibrida berada pada posisi memiliki daya tarik industri yang tinggi dan perusahaan memiliki kekuatan untuk bersaing yang sedang maka strategi yang disarankan yang dapat diambil oleh perusahaan dalam menetapkan strategi unit bisnis adalah strategi pengembangan pasar dan strategi pengembangan produk. Dari hasil analisis CPM menunjukkan produk benih padi hibrida merupakan pemimpin pasar maka strategi yang disarankan yang dapat diambil oleh perusahaan adalah strategi perluasan keseluruhan pasar dan strategi mempertahankan pangsa pasar, produk benih jagung hibrida merupakan penantang pasar maka strategi yang disarankan yang dapat diambil oleh perusahaan adalah strategi frontal attack, strategi flank attack, dan strategi bypass attack. Dari hasil penetapan strategi pemasaran tersebut, maka perusahaan dapat menentukan strategi fungsional dengan menggunakan strategi bauran pemasaran melalui strategi 4P yaitu strategi produk (product), strategi harga (price), strategi distribusi (place) dan strategi promosi (promotion).

<hr>

ABSTRACT

Hybrid seeds began to develop in 1989 and marked by the emergence of hybrid maize varieties, and hybrid seeds market continues to grow in terms of technology which in 2005 emerged the latest varieties that is hybrid rice seed varieties. In recent years the number of hybrid seed usage continues to increase so as to attract other companies to enter the hybrid seed market so most likely in the future the competition in the hybrid seed industry will be very tight. With the increase of competition in the hybrid seed industry, PT.

Sang Hyang Seri requires an appropriate strategy for competitive advantage to win the competition in the hybrid seed market. Based on the results of EFE factor analysis showed that the company is able to respond well in utilizing the opportunities and also reduce the level of threat coming from the external environment company, based on IFE factor analysis shows the company has good internal strength, based on the IE Matrix analysis showed that the company is in the stage of growth and development so that the suggested strategies that can be taken by the company is a market penetration strategy, market development strategy, and product development market Based on GE Matriks analysis it shows that the hybrid rice products and hybrid com seed products has been in positioned of having high industry attractiveness while at the same time the company is in the average in terms of competition power, so then the recommended strategies to determine the unit business strategic is market development strategy and product development strategy. From the analysis of CPM showed that hybrid rice seed products is a market leader, then the suggested strategies for the company is expanding the whole market strategy and the strategy to maintain market share, hybrid com seed products is a market challenger so the suggested strategy for the company is a frontal attack strategy, flank attack strategy, and bypass attack strategy. From the results of decision of marketing strategy, the company can determine the functional strategy by using marketing mix strategy through a 4P's strategy which are product strategy, pricing strategy, place and strategy promotion.