

Strategi bersaing perusahaan komponen otomotif : studi kasus pada PT Tri Dharma Wisesa

Hendy Endarwan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20438907&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. Tri Dharma Wisesa (TDW) merupakan produsen rem otomotif pertama di Indonesia dengan technical assistance dari Akebono Brake Industry Co. Ltd. Jepang. Dalam perkembangan selanjutnya, Akebono membeli sebagian saham TDW dengan rencana untuk melakukan ekspor produk ke Malaysia, Thailand dan Filipina.

Dalam upaya mempertahankan pangsa pasar domestik dan meningkatkan pangsa pasar ekspor yang memiliki tingkat kompetisi 1tinggi, TDW menghadapi masalah perumusan dan implementasi strategi bersaing yang tepat dalam rangka mempertahankan diri dan mengembangkan keunggulan bersaing berkesinambungan dengan tujuan memperoleh tingkat pengembalian di atas normal.

Untuk memecahkan persoalan tersebut, ruang lingkup pembahasan meliputi analisa terhadap strategi perusahaan, analisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan serta analisa alternatif strategi terbaik bagi perusahaan. Metode analisa meliputi teknik Value Chain Analysis, Competitive Profile Matrix, TOWS Matrix, Boston Consulting Group Matrix dan Quantitative Strategic Planning Matrix.

Berdasarkan hasil analisa, strategi keunggulan biaya merupakan alternatif strategi bersaing terbaik bagi TDW untuk mempertahankan keunggulan bersaing dalam pasar domestik dan ekspor. Implementasi strategi keunggulan biaya melalui proses efisiensi dan kompetensi melayani pasar regional ASEAN, akan memberi kontribusi besar terhadap keunggulan bersaing perusahaan yang selama ini sangat tergantung kepada kebijakan proteksi pemerintah terhadap praktek monopoli.