

Penentuan segmentasi dan target pasar pelumas produksi PT. Pertajaya Lubrindo serta pemilihan strategi produksinya

Ahmad Bambang, auhtor

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=75016&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam rangka menghadapi deregulasi bidang minyak dan gas bumi (migas) sebagai iangkah awal menuju pasar bebas, PERTAMINA telah melakukan kejasama sinerji dengan membentuk PT. Pertajaya Lubrindo sebagai perusahaan joint venture bersama Mobil Oil untuk memproduksi pelumas Mobil Oil dan memasarkannya terutama di Indonesia_ Adanya krisis ekonomi yang melanda Indonesia serta perkembangan situasi bisnis pelumas di dalam negeri dewasa ini, menyebabkan perlunya dikaji kembali strategi pemasaran dan strategi produksi dari PT. Pertajaya Lubrindo.

Melalui analisis struktur industri, portofolio bisnis, faktor kunci sukses, keunggulan bersaing berkelanjutan (sustainable competitive advantage, SCA) serta kerangka 7-S McKinsey, didapatkan posisi dan keunggulan kompetensi inti PT. Pertajaya Lubrindo dalam lingkungan bisnis pelumas di Indonesia. Segmentasi pasar dilakukan atas dasar aspek klasifikasi jenis pemakaian pelumas dan aspek orientasi pelanggan, masing-masing segmen dimasukkan jenis pelumas, harga dan omsetnya sehingga terbentuk 57 segmen peta "pertempuran" bisnis pelumas di Indonesia.

Target pasar didasarkan pada analisis seluruh segmen dengan mempertimbangkan jumlah dan harga pesaing serta nilai omset yang dapat diharapkan (skala bisnisnya) sehingga didapatkan segmen-segmen prioritas yang pantas untuk dipilih. Selanjutnya, target pasar ditetapkan dengan mengambil kelompok segmen utama dari segmen-segmen prioritas dan menghasilkan 5 segmen dengan kapasitas 60.092 KL. Pernyataan positioning dilakukan dengan berlandaskan pada 3 konsep utama : kepemimpinan (leadership), kemitraan (partnership) dan kepercayaan (trust) yang didukung oleh keunggulan kualitas produk dan pelayanan dari Mobil Oil serta jaringan distribusi dan pemasaran PERTAMINA yang tersebar.

Strategi produksi dipilih dengan membandingkan kelayakan ekonomis bagi PT. Pertajaya Lubrindo antara membangun sendiri LOBP (lube oil blending plant) bare atau memanfaatkan ekses kapasitas dari LOBP PERTAMINA. Dan analisis ekonomi ini serta mempertimbangkan kapasitas LOBP yang ada terhadap kebutuhan pasar, maka return terbesar akan diperoleh PT. Pertajaya Lubrindo bila menggunakan LOBP PERTAMINA dalam produksinya.

<hr>Anticipating deregulation in oil and gas sector to be free market, PERTAMINA has created synergic cooperation with Mobil Oil as the world's leader oil company to build joint venture Company, called PT. Pertajaya Lubrindo, to produce Mobil Oil Lubricants into Indonesian's market. Having the monetary crisis and the environmental change of lubricant business in Indonesia, PT. Pertajaya Lubrindo needs to reevaluate its strategy in production and marketing.

Through the analysis of industrial structure, business portfolio, key success factors, sustainable competitive

advantage/SCA, and 7-S frame of McKinsey, the position and core competences of PT. Pertajaya Lubrindo can be identified in environment of lubricant business in Indonesia. Market segmentation is created based on combination of lubricant usage types and customer's orientations to form matrix of 19 x 3, each element is filled with data of all lubricants, their price and volume to form the "battle fight" map of lubricant business in Indonesia.

Priority segments are chosen from that battle fight map considering number of competitors, their prices and lubricant value (business scale) of the segment. Then, target market segments are determined by taking the main attractive segments from the chosen priority segments. Positioning statement is created based on three main concepts: leadership, partnership, and trust supported by the core competence of Mobil Oil especially in quality of products and services, combined with spreading distribution and marketing channels of PERTAMINA.

Finally, capacity of all existing LOBP (tube oil blending plant) is compared with the demand of lubricants. Considering the excess capacity of LOBP, and the result of economic analysis of building the new LOBP compared with using the excess capacity of PERTAMINA's LOBP, production strategy of PT. Pertajaya Lubrindo is determined to get the maximum return.