

# Pembentukan Opsi Pemasaran Strategis Sebagai Upaya Untuk Recovery Kerugian Dan Pasar (Studi Kasus: PT. Mitra Rajawali Banjaran, RNI Group) = Strategic Marketing Options Development As An Attempt To Financial Losses and Market Recovery (Case Study: PT. Mitra Rajawali Banjaran, RNI Group)

Prisnawati Hidayat, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920532585&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Tesis ini merupakan penelitian yang berformat studi kasus, dimana permasalahan yang terjadi merupakan problematika riil yang terjadi di PT. Mitra Rajawali Banjaran, anak perusahaan dari <em>holding company</em> PT. Rajawali Nusantara Indonesia yang bergerak di lini bisnis alat kesehatan, dengan produk utama berupa kondom. Sebagai satu-satunya produsen kondom lokal di Indonesia, ironisnya PT. MRB justru mengalami kerugian keuangan yang berkepanjangan, ditambah lagi dengan <em>market share</em> produknya yang hanya berada di kisaran 2%. Dengan potensi pasar industri kondom di Indonesia yang cukup atraktif, peta persaingan saat ini justru didominasi oleh produk-produk impor dengan persentase sekitar 98%. Menggunakan metode <em>depth interview</em> kepada beberapa aktor yang menjadi pengambil keputusan di perusahaan, diketahui bahwa hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah inefisiensi <em>distribution channel</em> dan kapasitas produksi, serta isu rendahnya kualitas produk yang terakumulasi menjadi permasalahan yang cukup kompleks. Dengan melakukan analisa yang bersifat kualitatif dan kuantitatif, penelitian ini berupaya membangun beberapa opsi yang tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan penjualan guna melepaskan perusahaan dari defisit keuangan yang telah terjadi sekian lama. Opsi-opsi yang terbagi menjadi dua <em>timeframe</em> yaitu jangka pendek dan jangka panjang tersebut adalah dengan melakukan aliansi strategis dengan mekanisme B2B (maklon) dan mencari <em>strategic investor</em> untuk pendanaan hingga perusahaan dinilai mampu melakukan investasi, baik finansial dan non-finansial untuk membangun program pemasaran dan masuk ke pasar reguler, sedangkan opsi yang paling ekstrem adalah dengan melakukan likuidasi dari aset yang dimiliki oleh PT. MRB.

.....This thesis is a research with case study format, where there are real problem that occurs in the PT. Mitra Rajawali Banjaran, a subsidiary of the holding company PT. Rajawali Nusantara Indonesia engaged in the medical devices business line, with condom as a primary product. As the only local condom manufacturer in Indonesia, ironically PT. MRB experienced a prolonged financial losses, coupled with low market share of its products, only in the range of 2%. With a quite attractive potential of condom industry market in Indonesia, competitive landscape today is dominated by imported products with percentages of approximately 98%. Using depth interview method to some actors who become decision makers in the company, it is known that it is influenced by several factors, including the inefficiency of distribution channels and production capacity, as well as the issue of low quality products that accumulate those problems becomes quite complex. By qualitative and quantitative analysis, this study sought to build several options whose main objective is to improve sale in order to release the company from financial deficits that occurred for so long. The options are divided into two timeframes short term and long term, by doing a strategic alliance with B2B (tolling) mechanism and searching for strategic investor for financing until PT.

MRB is able to invest both financially and non-financially to build marketing programs and penetrate into the regular market, while the most extreme option is to conduct liquidation of the assets owned by PT. MRB.