

Abstrak

Produksi kopi Indonesia mengalami peningkatan setiap tahun dalam beberapa tahun terakhir. Hal tersebut juga dibersamai dengan meningkatnya konsumsi kopi domestik. Bangkitnya budaya kedai kopi dan dampaknya terhadap konsumsi kopi dalam negeri membuat peningkatan konsumsi kopi domestik yang signifikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi strategi perusahaan dalam persaingan saat ini dan merumuskan strategi yang tepat bagi PT. Bin Ali Food untuk dapat terus bersaing.

Metode penelitian pada studi ini menggunakan analisis meliputi *Porter's Five Forces* model, kekuatan pendorong atau *driving forces* dan faktor kunci sukses atau *key success factor*. Selanjutnya, analisis lingkungan internal dilakukan dengan cara menganalisis kekuatan kompetitif perusahaan serta sumber daya serta kapabilitas perusahaan dengan metode VRIN.

Dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa tingkat persaingan bisnis dan industri kopi di Indonesia berada pada tingkat tinggi namun masih memiliki potensi tumbuh dan masih terdapat ruang untuk meningkatkan profitabilitas berdasarkan *Porter's Five Analysis*. Berdasarkan analisis *driving force*, dengan adanya upaya pemerintah untuk memajukan industri kopi melalui kebijakan, hal tersebut merupakan *driving forces* yang baik untuk industri kopi. Perkembangan teknologi yang terjadi juga akan berpengaruh pada keberlangsungan perusahaan dalam produksi dan distribusi kopi. Berdasarkan analisis beberapa hal yang menjadi *key success factor* industri kopi di Indonesia adalah bagaimana kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, harga value for money sehingga perusahaan kopi dapat meningkatkan nilai tambah produk di tengah similaritas produk kopi yang beredar di pasar, pelayanan dan marketing, pengelolaan biaya dan keuangan, serta manajemen dan tenaga kerja yang baik. Berdasarkan penilaian penilaian VRIN, sumber daya dan kapabilitas PT. Bin Ali Food yang memenuhi keempat aspek VRIN adalah sumber daya, jaringan pemasok serta stok, serta pelayanan dan kepuasan pelanggan sedangkan yang memenuhi aspek dua aspek VRIN adalah harga dan kualitas produk. Strategi eksisting yang dimiliki oleh PT. Bin Ali Food yaitu strategi bersaing keunggulan biaya atau *low-cost provider strategy* masih dapat digunakan untuk persaingan saat ini namun diperlukan penyesuaian.

Kata kunci : strategi bersaing, Driving Forces, VRIN, Porter's Five Forces, Key Succes Factors

Abstract

Indonesian coffee production has increased every year. This was also affected by an increase of domestic coffee consumption. The trend of coffee shop culture and its impact on domestic coffee consumption has led to a significant increase in domestic coffee consumption as well. The purpose of this study is to assess the company's strategy in dealing with current competition and develop an appropriate strategy for PT. Bin Ali Food to remain competitive.

The research method used in this study is the analysis of the external environment, including the analysis of five force models, driving forces and key success factors. The internal environment analysis is conducted by analysing the competitiveness of the company and the resources and capabilities of the company using the VRIN method.

The study results show that despite the high level of competition in the Indonesian coffee industry, there is still potential for growth and there is still room for profitability improvement based on Porter's five-forces analysis. Based on the driving force analysis, this is a good driving force for the coffee industry itself, given the government's efforts to develop the coffee industry through policy instruments. Technology development that occurs will also affect the sustainability of the company in coffee production and distribution. Based on the study, the key success factors for the coffee industry in Indonesia, namely the company's ability to maintain and improve product quality, price value for money so that coffee companies can increase product added value amid the similarity of coffee products circulating in the market, service and marketing, cost and financial management. Based on the VRIN analysis, the resources and capabilities of PT. Bin Ali Food which fulfils the four aspects of VRIN are resources, supplier network and stock, as well as service and customer satisfaction while those which fulfil the two aspects of VRIN are price and product quality. Finally, the existing strategy owned by PT. Bin Ali Food, which is a cost advantage competitive strategy or low-cost provider strategy, can still be used for current competition, but adjustments strategies are needed.

Keywords: Porter's Five Forces, competitive strategy, VRIN, Key Success Factors, Driving Forces



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Analisis Strategi Bersaing PT. Bin Ali Food
Muhammad Ja'Far Shadiq, Prof. Dr. Bambang Riyanto L.S., MBA., Ak, CA.,
Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>