

**FORMULASI STRATEGI
PT ADVOPRIMA SEANTERO KOMUNIKASI
MENGHADAPI PERUBAHAN LINGKUNGAN BISNIS
(ABSTRAKSI)**

Pada tahun 2003 manajemen perusahaan periklanan PT. ADVOPRIMA SEANTERO KOMUNIKASI, dihadapkan pada permasalahan yang sangat sulit, yaitu menurunnya *revenue* dan meningkatnya biaya. Hal tersebut sangat mengkhawatirkan, karena terjadi justru pada saat perusahaan tersebut sedang tumbuh sangat pesat serta tengah melakukan ekspansi bisnis dengan memindahkan kantor pusat operasinya dari Yogyakarta ke Jakarta. Sebagaimana diketahui bersama, Jakarta adalah merupakan barometer serta sentra bisnis semua jenis industri, termasuk industri periklanan. Tantangan-tantangan yang dihadapi di lingkungan bisnisnya yang baru di Jakarta ternyata kurang mampu diantisipasi dengan baik oleh perusahaan tersebut. Hal yang paling mencolok misalnya tampak dari ketidak-mampuan perusahaan menangkap berbagai peluang bisnis yang besar di lingkungannya yang baru. Bahkan klien terbesarnya yang selama ini menjadi tulang punggung sumber pemasukan perusahaan tiba-tiba memutuskan kontrak kerja-samanya; sehingga hal ini semakin menyulitkan posisi bisnis PT. ADVOPRIMA SEANTERO KOMUNIKASI di Jakarta.

Menurunnya kinerja perusahaan, meningkatnya tuntutan para pengguna jasa yang semakin tinggi, persaingan usaha yang sangat ketat, tanpa diimbangi kemampuan beradaptasi yang baik di lingkungan bisnis yang baru telah menuntut manajemen PT. ADVOPRIMA SEANTERO KOMUNIKASI untuk segera melakukan perubahan-perubahan strategi bisnisnya secara mendasar.

Perubahan strategi yang sesuai dengan lingkungan bisnisnya yang baru sangat diperlukan oleh manajemen PT. ADVOPRIMA SEANTERO KOMUNIKASI guna menyalarkan kembali kemampuan daya saing yang dimiliki oleh organisasi perusahaan dengan situasi dan kondisi bisnis yang sama sekali baru. Hal tersebut harus dilakukan untuk menyesuaikan dengan aspirasi pelanggan di lingkungan bisnis barunya di Jakarta yang menuntut kemudahan dalam hal akses, respon yang cepat, pelayanan yang cepat serta kemampuan dalam hal melayani berbagai kebutuhan pelanggan secara terpadu dengan harga yang rasional.

Berdasarkan hasil analisis industri, analisis internal serta analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa perubahan strategi yang paling tepat bagi PT. ADVOPRIMA SEANTERO KOMUNIKASI adalah dengan melakukan konsolidasi untuk kemudian melakukan operasi bisnis yang focus pada *niche market*. Perubahan strategi bisnis ini harus dilakukan secara konsisten apabila manajemen perusahaan tersebut tidak ingin semakin mengalami kesulitan di masa-masa yang akan datang.

Kata kunci: Formulasi, Strategi, Lingkungan bisnis.

**STRATEGIC FORMULATION
ON PT ADVOPRIMA SEANTERO KOMUNIKASI
IN FACING A SINESS ENVIRONMENT
ABSTRACT**

In 2003, firm's advertising management of PT. ADVOPRIMA SEANTERO KOMUNIKASI, faced on difficult problem, that is, decrease of revenue and increase of cost. Those were worried, because it happened in company while they grew rapid in conducting business expansion by removing operational centre of Yogyakarta to Jakarta. As we know, Jakarta is business central in various industries, including advertising one. Those challenges in new business environment at Jakarta were actually not enable to anticipate well. It reveals for example in lack of ability to catch various large business chance in new environment. Even, the biggest client at present became main source of input to company that suddenly broke cooperative contract; so it make trouble in business position of PT. ADVOPRIMA SEANTERO KOMUNIKASI at Jakarta.

Decreased firm's performance, increased demand for service user is more higher, firm's competition is tight without followed by good adaptation in new business environment that demand management of PT. ADVOPRIMA SEANTERO KOMUNIKASI to conduct strategic change fundamentally.

Strategic change according to the new business environment is greatly needed by management of PT. ADVOPRIMA SEANTERO KOMUNIKASI to purpose ability of competitive that possessed by firm's organization in the same situation. It must be conducted to meet customer aspiration in new business environment at Jakarta that want ease in access, rapid response, fast service and ability to service various integrated customer's need in rational price.

Based on result of industrial analysis, internal and SWOT analysis can be concluded that the right strategic change for PT. ADVOPRIMA SEANTERO KOMUNIKASI is by conducting consolidation to accommodate business operation that focused on niche market. This strategic business change must be conducted consistently if firm's management does not want to experience a problem in future.

Keywords: *formulation, strategy, business environment.*