



INTISARI

PT Sambel Korek DNO merupakan perusahaan yang bergerak di industri makanan dan minuman, khususnya di segmen produk sambal, yang memiliki potensi besar untuk berkembang di pasar domestik maupun global. Sebagai upaya untuk memperluas pangsa pasar, PT Sambel Korek DNO menerapkan strategi diferensiasi dengan model penyajian makanan prasmanan yang memungkinkan pelanggan menikmati berbagai varian sambal dan hidangan lokal dengan harga tetap. Dengan strategi ini, perusahaan berharap dapat meningkatkan daya tarik pada segmen pasar yang menginginkan fleksibilitas dalam pilihan makanan, sekaligus menghadirkan pengalaman kuliner yang berbeda dari kompetitor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas strategi diferensiasi produk menggunakan model penyajian makanan prasmanan yang diterapkan oleh PT Sambel Korek DNO pada tahun 2023. Evaluasi ini menggunakan *balanced scorecard* untuk mengukur keberhasilan strategi diferensiasi menggunakan penyajian makanan prasmanan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh PT Sambel Korek DNO dalam melaksanakan strategi diferensiasi produk menggunakan model penyajian makanan prasmanan dan merumuskan cara-cara untuk mengatasi tantangan tersebut. Dengan menggunakan analisis PESTEL dan SWOT untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal maupun internal yang dapat memengaruhi kesuksesan strategi diferensiasi menggunakan penyajian makanan prasmanan.

Hasil penelitian menunjukkan penerapan strategi diferensiasi produk melalui konsep penyajian makanan prasmanan di PT Sambel Korek DNO terbukti efektif bagi perusahaan melalui analisa strategi *Balance Scorecard*. Tantangan utama PT Sambel Korek DNO adalah adanya fluktuasi harga bahan baku dan penurunan daya beli konsumen. Kemudian, hambatan yang dialami Sambel Korek DNO adalah kurang efektifnya promosi digital, yang ditunjukkan oleh rendahnya keterlibatan konsumen dan tingkat konversi pada media sosial. Untuk mengatasi tantangan dan hambatan ini, perusahaan telah melakukan berbagai langkah seperti mengoptimalkan keuntungan yang diperoleh dengan substitusi bahan, memanfaatkan teknologi mesin pendingin dan mesin pemanas serta membuat konten digital yang menarik dan relevan.

Kata Kunci: Sambel Korek DNO, Diferensiasi Produk, *Balance Scorecard*, PESTEL, SWOT



ABSTRACT

PT Sambel Korek DNO is a company engaged in the food and beverage industry, especially in the chili sauce product segment, which has great potential to grow in both domestic and global markets. As an effort to expand its market share, PT Sambel Korek DNO implements a differentiation strategy with a buffet food presentation model that allows customers to enjoy various types of chili sauce and local dishes at a fixed price. With this strategy, the company hopes to increase its appeal to market segments that want flexibility in food choices, while presenting a different culinary experience from competitors.

This study aims to evaluate the effectiveness of the product differentiation strategy using the buffet food presentation model implemented by PT Sambel Korek DNO in 2023. This evaluation uses a balanced scorecard to measure the success of the differentiation strategy using buffet food presentation. In addition, this study also aims to identify the challenges and obstacles faced by PT Sambel Korek DNO in implementing a product differentiation strategy using a buffet food presentation model and formulate ways to overcome these challenges. By using PESTEL and SWOT analysis to identify external and internal opportunities and threats that can affect the success of the differentiation strategy using buffet food presentation.

The results of the study show that the implementation of product differentiation strategy through the concept of serving buffet food at PT Sambel Korek DNO has proven effective for the company through Balance Scorecard strategy analysis. The main challenge of PT Sambel Korek DNO is the fluctuation of raw material prices and the decline in consumer purchasing power. Then, the obstacle experienced by Sambel Korek DNO is the ineffectiveness of digital promotion, which is indicated by low consumer engagement and conversion rates on social media. To overcome these challenges and obstacles, the company has taken various steps such as optimizing the profits obtained by substituting ingredients, utilizing cooling and heating machine technology and creating interesting and relevant digital content.

Keywords: Sambel Korek DNO, Product Differentiation, Balance Scorecard, PESTEL, SWOT