

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI BERSAING PT SEAH STEEL INDONESIA DI INDUSTRI BAJA INDONESIA

Andri Sarungu

14/376626/PEK/20382

Persaingan bisnis yang semakin ketat khususnya di sektor baja telah memberikan kesempatan, tantangan, dan ancaman bagi perusahaan baja di Indonesia. Bagi perusahaan baja yang tidak siap untuk mengantisipasi persaingan dengan visi yang tepat, teknologi yang semakin moderen, dan manajemen yang lebih baik, maka kemungkinan besar akan kalah dalam bersaing. Industri baja di Indonesia sangat dipengaruhi oleh perdagangan baja dunia karena sebagian besar bahan baku industri baja diimpor dari luar negeri. Produksi baja dalam negeri juga belum dapat mencukupi kebutuhan baja nasional, sehingga untuk menutupi kekurangan tersebut Indonesia masih harus melakukan impor. Melihat pasar yang cukup besar dan kondisi kebutuhan baja nasional yang terus meningkat yang tidak diimbangi dengan produksi baja mendorong perusahaan asing tertarik untuk masuk ke pasar Indonesia.

PT. Seah Steel Indonesia (SSI) merupakan perusahaan yang berasal dari Korea dan merupakan anak perusahaan dari Seah Steel di Korea. Posisi SSI pada industri baja di Indonesia, jika dilihat dari struktur pangsa pasar adalah sebagai *market nichers*, karena hanya berada pada pangsa pasar 10% atau kurang. Secara empiris penelitian ini hanya merupakan studi kasus terhadap lokasi penelitian SSI, dengan objek penelitian mengenai strategi bersaing, sehingga penelitian memfokuskan pada analisis dan evaluasi strategi bersaing SSI agar perusahaan ini memiliki keunggulan kompetitif pada industri baja di Indonesia. Secara teoritis, analisis data hanya memprioritaskan pada teori lima kekuatan Michael E. Porter, key success factor (KSF), analisis internal dan analisis strengths, weakness, opportunities dan threats (SWOT) serta evaluasi strategi perusahaan.

Kesimpulan yang dihasilkan berdasarkan analisis persaingan industri menggunakan *five forces* yang dapat disimpulkan bawah industri ini tampak menarik karena walaupun ancaman kekuatan tawar menawar pembeli dan persaingan industri yang tinggi, namun diimbangi dengan ancaman pendatang baru, tawar menawar pemasok dan ancaman produk substitusi yang rendah. Baja yang sulit disubstitusi dengan produk lainnya membuat industri baja domestik masih memiliki daya tarik bagi investor. Adapun *key success factor* yang harus dimiliki oleh perusahaan baja adalah harga yang kompetitif yang dihasilkan dari efisiensi biaya, penggunaan teknologi tinggi untuk meningkatkan produktifitas dan kualitas produk serta diferensiasi produk dan layanan yang diberikan.

Kata kunci: Industri baja, strategi bersaing, *five forces*, *key success factor*, *SWOT*.

ABSTRACT

COMPETITIVE STRATEGY ANALYSIS OF PT SEAH STEEL INDONESIA IN STEEL INDUSTRY IN INDONESIA

Andri Sarungu

14/376626/PEK/20382

Increasingly tight business competition, especially in the steel sector, has provided opportunities, challenges and threats to steel companies in Indonesia. For steel companies that are not ready to anticipate competition with the right vision, increasingly modern technology, and better management, it is likely that they will lose in competition. The steel industry in Indonesia is strongly influenced by the world steel trade because most of the raw materials of the steel industry are imported from abroad. Domestic steel production has also not been able to meet national steel needs, so to cover this shortfall Indonesia still has to import. Seeing that the market is large enough and the condition of national steel needs that continues to increase which is not balanced with steel production encourages foreign companies to be interested in entering the Indonesian market.

PT. Seah Steel Indonesia (SSI) is a company from Korea and is a subsidiary of Seah Steel in Korea. The position of SSI in the steel industry in Indonesia, when viewed from the structure of the market share as market nichers, because it is only in the market share of 10% or less. Empirically this study was only a case study of the SSI research location, with the object of research on competitive strategies, so that research focused on analyzing and evaluating SSI's competitive strategies so that this company has a competitive advantage in the steel industry in Indonesia. Theoretically, data analysis only prioritizes the five-power theory of Michael E. Porter, key success factor (KSF), internal analysis, strengths, weakness, opportunities and threats (SWOT) analysis and company strategy evaluation.

The conclusions generated based on industry competition analysis using five forces which can be inferred under this industry seem attractive because even though the threat of buyers' bargaining power and industrial competition is high, it is offset by the threat of new entrants, supplier bargaining and the threat of low substitution products. Steel, which is difficult to substitute with other products, makes the domestic steel industry still attract investors. The key success factor that must be owned by steel companies is competitive prices resulting from cost efficiency, the use of high technology to increase productivity and product quality and differentiation of products and services provided.

Key words: Steel industry, company strategy, five forces, key success factor, SWOT