

## ABSTRAK

### STRATEGI BERSAING SEBAGAI PENANTANG PASAR PADA INDUSTRI FABRIKASI BAJA DI INDONESIA

**Rezha Rubbyanto**

14/376760/PEK/20494

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi dan program terbaik bagi PT Sanggar Sarana Baja (SSB) untuk menjadi pemimpin pasar (*market leader*) di industri fabrikasi baja di Indonesia dan memberikan rekomendasi yang sesuai dengan situasi yang dihadapi oleh SSB saat ini.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah melakukan analisa secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer maupun data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan narasumber terpilih yang memiliki posisi strategis, pemahaman, tanggung jawab dan kewenangan yang kuat atas pengambilan keputusan di perusahaan. Data sekunder didapatkan dari berbagai sumber baik data internal perusahaan maupun sumber eksternal. Keseluruhan data tersebut kemudian di proses dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi terbaik bagi SSB untuk menjadi pemimpin pasar di industri fabrikasi baja adalah dengan mengimplementasikan strategi bersaing penantang pasar yaitu *frontal attack* dan *bypass attack*. Strategi *frontal attack* dibagi menjadi dua strategi utama antara lain Ketersediaan kapasitas produksi dan penekanan biaya produksi. Sementara *bypass attack* dilakukan dengan strategi diversifikasi produk.

Kata kunci: Strategi Bersaing; Penantang Pasar; Fabrikasi

## **ABSTRACT**

### **STRATEGY TO COMPETE AS A MARKET CHALLENGER IN THE STEEL FABRICATION INDUSTRY IN INDONESIA**

**Rezha Rubbyanto**

14/376760/PEK/20494

*The purpose of this study is to describe the best strategies and programs for PT Sanggar Sarana Baja (SSB) to become a market leader in the steel fabrication industry in Indonesia and provide recommendations that are appropriate to the current situation faced by SSB.*

*The research method used is descriptive qualitative analysis using primary data and secondary data. Primary data is obtained through interviews with selected key persons who have a strategic position, understanding, responsibility, and strong authority over decision making in the company. Secondary data is obtained from various sources both internal company's data and external sources. The entire data is then processed by using qualitative data analysis techniques.*

*The result shows that the best strategy for SSB to become the market leader in the steel fabrication industry is to implement a competitive strategy for market challengers, namely the frontal attack and bypass attack. The frontal attack strategy is divided into two main strategies, including the availability of production capacity and the emphasis on production costs. While the bypass attack is carried out with a product diversification strategy.*

*Keywords: Competing Strategies; Market Challenger; Fabrication*