

INTISARI

SBU Nutrisari merupakan perusahaan yang bergerak di bidang minuman serbuk dan merupakan *market leader*, mengalami penurunan market share yang menandakan industri minuman serbuk secara keseluruhan tidak akan tumbuh lagi. Dalam mengatasi perubahan lingkungan, SBU Nutrisari merumuskan strategi bersaingnya dengan tepat sehingga dapat bertahan didalam industri minuman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perubahan lingkungan bisnis tersebut dapat mempengaruhi perkembangan SBU Nutrisari.

Penelitian ini menggunakan kerangka analisis strategi bersaing dengan menggunakan analisis lingkungan internal dan eksternal. Dimana analisis external menggunakan analisis karakteristik industri, analisis prospek industri, analisis *driving forces*, dan analisis kompetitor. Sementara analisis internal menggunakan analisis kinerja perusahaan, analisis *functional areas*, dan analisis *positioning*. Kedua analisis internal dan eksternal tersebut disatukan dan dirumuskan sehingga mendapatkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) atau biasa disebut analisis SWOT.

Dari hasil analisis-analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi differensiasi produk yang dijalankan SBU Nutrisari dengan memasuki industri baru yaitu industri minuman siap saji sudah tepat. Namun perlu ditambahkan bahwa untuk mendapatkan seluruh *target market*, perlu memasuki daerah-daerah baru seperti hotel, kantin, perkantoran dan sekolah yang hingga kini belum dijangkau oleh tim pemasaran *diluar traditional market* dan *modern market*. Juga

perlunya menambah variasi produk untuk bermain diluar produk dengan volume 250ml, seperti 500ml dan 1 ltr.

Kata-kata Kunci:

SBU Nutrisari, kerangka analisis strategi bersaing, analisis lingkungan eksternal dan internal, analisis SWOT, strategi differensiasi produk.

ABSTRACT

SBU Nutrisari is a company that produce powder beverages and a market leader in its industry, entering a declining market share which is showing that the whole industry of powder beverages is not growth anymore. In order to anticipate this changes, SBU Nutrisari define its precise competitive strategy that makes them survive in beverages industry. The purpose of this research is to know how changes in business environment will effect to the growth of SBU Nutrisari.

This research is using framework analysis of competitive strategy, by using internal environment analysis and external environment analysis. External environment analysis is using industry characteristic analysis, prospect of industry analysis, driving forces analysis, and competitor analysis. Meanwhile intenal environment analysis is using company performance analysis, functional areas analysis, and positioning analysis. Both analysis internal and external are combined and resulting in Strength, Weaknesess, Opportunity, and Threat or SWOT analysis.

From the analysis report, it can be summarized that product differentiation strategy that has been conduct by SBU Nutrisari by entering new industry which is ready to drink beverages industry, is the right choice. But in order to get all target market, they need to infiltrate hotels, canteens, office, and school that has not been touch by their marketing team beside traditional and modern market. They also need to add some more product variant beside 250ml product, such as 500ml and 1 ltr product.

Key Words:

SBU Nutrisari, framework of analysis competitive strategy, external and internal environment analysis, SWOT analysis, product differentiation strategy.