

ABSTRACT

The expected objectives of this research are to identify Unilever's market entry strategy in Indonesia, to identify issues which has been faced by the multinational corporation, to analyze the factors that have become strengths, weaknesses, opportunities, and threats for the multinational and finally to analyze the implementation of the multinational chosen entry strategy.

This research is a descriptive research in the sense that it has contributed to reflect PT Unilever's condition both internally and externally. The main focus has been on the SWOT analytical tool (Pierce and Robinson, 1994).

The result from the SWOT analysis shows that the company still possess considerable strengths, however face some threats. This, in fact, means that PT Unilever's position is in the cell II support diversification of the diagram.

The current company's strategy: Joint-Venture is appropriate for increasing the company's core competences and face external challenges within the industry. However, the strategy implementation also results in creating internal weaknesses for the company. Therefore, the appropriate strategy to adopt is the diversification strategy.

PT Unilever in the joint venture agreement should not support a defensive marketing strategy. The SWOT analysis has shown that the company possesses more strengths than weaknesses. This could be used to implement the diversification strategy.

Finally, compared to other modes of entry such as licensing, exporting, franchising, or wholly-owned subsidiaries, the joint-venture appears to be the best choice in the sense that the company will be able to follow its diversification strategy by getting a quicker and less riskier market penetration through the joint-collaboration with local partners. Challenges related to the host government policies are thus minimized.

Keywords: Entry Strategy, Multinational Corporation, SWOT analysis.



Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) mengidentifikasi strategi pemasukan Unilever dalam pasar Indonesia, (2) mengidentifikasi isu-isu yang telah dihadapi oleh perusahaan multinasional, (3) menganalisa faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk multinasional dan akhirnya (4) menganalisa pelaksanaan strategi entri multinasional yang dipilih.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dalam arti bahwa ia telah memberikan kontribusi untuk mencerminkan kondisi PT Unliever baik secara internal maupun eksternal. Fokus utama telah di alat analisis SWOT (Pierce dan Robinson, 1994). Hasil dari analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan masih memiliki kekuatan yang cukup besar, namun menghadapi beberapa ancaman. Ini, pada kenyataannya, berarti bahwa posisi PT Unilever berada dalam sel diversifikasi dukungan II dari diagram.

Strategi perusahaan pada saat ini adalah usaha gabungan (Joint-Venture) yang tepat untuk meningkatkan kompetensi inti perusahaan dan menghadapi tantangan eksternal dalam industri. Namun, hasil implementasi strategi juga dalam menciptakan kelemahan internal bagi perusahaan. Oleh karena itu, strategi yang tepat untuk dipilih adalah strategi diversifikasi.

PT Unilever dalam perjanjian usaha gabungan tidak harus mendukung strategi pemasaran defensif. Analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan lebih dari kelemahan. Oleh sebab itu, strategi yang dapat digunakan adalah strategi diversifikasi.

Akhirnya, dibandingkan dengan mode pemasukan pasar lain seperti perizinan, mengekspor, waralaba, atau anak perusahaan yang dimiliki sepenuhnya, usaha gabungan tampaknya menjadi pilihan terbaik dalam arti bahwa perusahaan akan dapat mengikuti strategi diversifikasi dengan cepat mendapatkan dan mengurangi risiko penetrasi pasar melalui kerjasama-kerjasama dengan mitra lokal. Tantangan terkait dengan kebijakan pemerintah yang berjamu demikian diminimalkan.

Kata kunci: Strategi memasuki pasar, Multinasional, factor factor SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman).