



ABSTRAKSI

STRATEGI STRATEGI PTPN.IX (PERSERO) DALAM MEMENANGKAN PERSAINGAN DI INDUSTRI KARET

Industri karet adalah salah satu industri yang memiliki banyak pemain didalamnya. Dengan jumlah pemain yang cukup banyak maka persaingan antar perusahaan semakin ketat. Persaingan yang ketat tersebut akan membawa perusahaan pada *good corporate govermence* atau dapat juga membawa perusahaan dalam sebuah kehancuran. Perusahaan yang tidak dapat bersaing akan tersingkir dengan sendirinya dan akhirnya akan menuju kepada kebangkrutan.

Untuk menghadapi persaingan PT. Perkebunan Nusantara IX (persero) harus mempunyai strategi-strategi yang harus dilakukan. PTPN. IX (persero) harus bersaing dengan PTPN lain yang bergerak dalam industri yang sama, antara lain PT. Perkebunan Nusantara III (persero); PT. Perkebunan Nusantara V (persero); PT. Perkebunan Nusantara VII (persero); PT. Perkebunan Nusantara VIII (persero); PT. Perkebunan Nusantara XIII (persero); PT. Perkebunan Nusantara XIV (persero); Astra; Bakrie; Goodyear; London-Sumatra (LONSUM). Hal ini tentu akan membuat manajemen harus bekerja ekstra keras dalam menyusun strategi untuk dapat menjalankan *competitive advantages*. Tesis ini dimaksudkan untuk memformulasikan strategi bersaing PT. Perkebunan Nusantara IX (persero) dengan hasil industrinya yang berupa karet untuk mempertahankan posisinya sebagai *leader* dan selalu memenangkan persaingan di industri karet.

Sebagai alat analisis lingkungan eksternal, peneliti menggunakan *Five Force Model* dari Porter untuk analisa lingkungan persaingan dan analisis lingkungan makro untuk analisis ekonomi, lingkungan politik dan pemerintahan, hukum, demografi, dan kependudukan, sosial dan budaya serta teknologi. Analisis *driving force*, struktur pasar, pesaing, dan perilaku konsumen juga dilakukan untuk melengkapi analisis lingkungan eksternal. Untuk analisis lingkungan internal, peneliti menggunakan analisis kinerja, *marketing mix* dan *value chain*.

Setelah hasil analisis lingkungan eksternal dan internal diperoleh, untuk selanjutnya adalah dilakukan analisis SWOT dengan menggunakan matrik TOWS. Dari



UNIVERSITAS
GADJAH MADA
hasil analisis maka peneliti dapat memformulasikan strategi untuk PT. Perkebunan Nusantara IX (persero) yaitu: Optimalisasi kapasitas produksi, strategi market development, melakukan *Blue Ocean Strategy*, dan menghilangkan produk-produk yang *non profitable*.

Kata kunci: *driving force, invironment analisys, value chain, maketing mix*

ABSTRACT

STRAGIES OF PTPN.IX (LTD.) FOR WINNING COMPETITION
IN RUBBER INDUSTRY

Rubber industry is one of industries with many players. Due to many players involved, the competition must be very tight. This leads the company to *good corporate government* or makes it into destruction. Company that unable to compete will be automatically eliminated and ultimately leads to bankruptcy.

In order to cope with the competition, PT. Perkebunan Nusantara IX (Ltd.) must have strategies prepared. PTPN IX (Ltd.) must compete with other PTPN in the same industry, such as PT. Perkebunan Nusantara III (Ltd.); PT. Perkebunan Nusantara V (Ltd.); PT. Perkebunan Nusantara VII (Ltd.); PT. Perkebunan Nusantara VIII (Ltd.); PT. Perkebunan Nusantara XIII (Ltd.); PT. Perkebunan Nusantara XIV (Ltd.); Astra; Bakrie; Goodyear; London-Sumatra (LONSUM). This, indeed, makes the management working hard in planning strategies in order to put *competitive advantages* into effect. This thesis is purposed to formulate competition strategies for PT. Perkebunan Nusantara IX (Ltd.) with rubber as its product to maintain its position as leader and also for winning competition in rubber industry.

As an external analysis instrument, the author uses *Five Force Model* from Porter to analyze competition climate and macro-environmental analysis to analyze economic, politic and governance, law, demography, and demography, social and culture, besides technology. Analyses of *driving force*, market structure, competitor, customer behavior were also taken to complete external environmental analysis. For internal environmental analysis, the author uses analyses of performance, *marketing mix* and *value chain*.

After the results of internal and external environmental analysis were obtained, then SWOT analysis was taken using TOWS matrix. From the analysis results, the author can formulate strategies for PT. Perkebunan Nusantara IX (Ltd.) i.e.: Optimize production capacity, market development strategy, apply *Blue Ocean Strategy*, and eliminate *non profitable* products.

Key words: *driving force, environmental analysis, value chain, marketing mix*