



Penulisan tesis ini bertujuan untuk mendapatkan rumusan strategi bersaing PT. LG *Electronics Indonesia* tahun 2008 – 2010 untuk memenangkan posisi *market leader* dalam industri elektronika Indonesia dan tingginya tingkat persaingan antar perusahaan elektronika di Indonesia.

Metode analisis yang digunakan dalam tesis ini adalah analisis eksternal-internal perusahaan dan analisis SWOT. Karakteristik perusahaan di dalam tesis ini berupa besarnya pasar dan pertumbuhan industri elektronika, cakupan daya saing pesaing yang makin luas, besarnya investasi jika dibandingkan dengan nilai skala ekonomi, didukung oleh tingkat pertumbuhan industri dan kesempatan perusahaan melakukan diferensiasi produk.

Sedangkan dari analisis 5-Forces Porter, didapat kesimpulan berupa tingginya tingkat persaingan dalam industri, ancaman perusahaan pesaing yang cukup kuat, kekuatan pemasok yang rendah, daya tawar konsumen yang kuat dan ketersediaan produk substitusi cukup tinggi. Semua data diatas diolah menjadi matriks SWOT.

Adapun hasil analisis yang telakukan dapat disimpulkan sebagai berikut : 1) Berdasarkan analisis *strategic group map* menunjukkan persaingan terbagi menjadi empat kelompok ; 2) Sebagai merek yang relatif masih baru di pasar Indonesia, tentu saja LGEIN mempunyai daya saing yang masih relatif rendah dibandingkan merek mapan; 3) Untuk mempertahankan posisinya sebagai *market leader* PT. LGEIN perlu melakukan strategi penetrasi pasar; 4) Melalui analisis SWOT dapat diketahui posisi LG Elektronik berada pada kuadran I. 5) Untuk mengatasi ancaman dari pihak pesaing maka harus tetap mempertahankan strategi *diferensiasi* dalam hal pelayanan ke konsumen, sehingga tingkat loyalitas konsumen tetap tinggi; 6) LGEIN perlu menambah varian produknya yang merupakan salah satu kunci pemecahan untuk memenangkan persaingan, sehingga mampu menjadi *market leader*.

Kata kunci : Market leader analisis internal, analisis eksternal, analisis SWOT, formulasi strategi



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

STRATEGI LG ELECTRONICS INDONESIA UNTUK MENGUASAI PASAR ELEKTRONIKA INDONESIA TAHUN 2010

Ardi Fuji Hariadi, Eko Budiwiyono, Drs., MBA.

Universitas Gadjah Mada, 2008 | Diturunkan dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

ABSTRACT

This paper is written to gain competitive strategic review of PT. LG Electronics Indonesia at 2008 – 2010 to become a market leader position facing high competitive growth of electronics industry in Indonesia.

Analytical method was used in this paper is external analysis, internal analysis and SWOT analysis. Industrial characteristic that was found in this paper are: dominant market share and growth of electronics industry, potential competitiveness scope, high rate of R&D investment compare with economic scale, a few number of big competitor, pace of technology, and the opportunity for company for creating product differentiation.

Meanwhile from 5-forces Porter, we found that company facing high competition rate, high bargaining power of buyer, high pressure from other competitor, strong competitive force of substitutes products and but weak supplier power. All of this result then will be analyze by using SWOT analysis.

Analysis results having been done could be concluded as follow: 1) Based upon the analysis of strategic group map, it showed us that the competition was divided into four groups; 2) As relatively new trademark in Indonesian markets, of course, LGEIN has still relatively low competitiveness than established brands ; 3) In order to maintain its position as market leader PT LGEIN needed to perform market penetration strategy. 4) Through SWOT analysis it could be known LG Electronics' position lies in the first quadrant. 5) To overcome threats from competitors, then it had to maintain differentiation strategy in service matter to customer, so consumers' loyalty level kept high. 6) LGEIN to increase its product variants, because it was one of key solutions to win the competition, so it is able to be market leader.

Keywords : Market leader, internal analysis, external analysis, SWOT analysis, strategy formulation.