



INTISARI

Dengan perubahan pola konsumsi pangan nasional yang sangat bergantung pada makanan berbahan dasar tepung terigu, melihat kondisi tersebut, maka industri terigu akan menjadi salah satu agroindustri yang memiliki peluang berkembang dimasa yang akan datang. Industri tepung terigu nasional bersaing untuk merebut pangsa pasar terbesar, oleh karena itu penting bagi Bogasari untuk mengambil langkah strategis untuk meraih keunggulan bersaing.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana proses pelaksanaan manajemen strategik pada PT Bogasari Flour Mills. Selain itu, penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor penyebab terjadinya permasalahan baik internal maupun eksternal perusahaan dan mencari solusinya berdasarkan teori-teori yang relevan. Analisis eksternal disusun dengan menganalisis lingkungan bisnis umum dan *five forces competition*. Analisis internal disusun dengan menganalisis *marketing mix* dan fungsional perusahaan. Analisis eksternal dan internal digunakan untuk melakukan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi yang ditetapkan Bogasari sudah tepat dan menjadikan perusahaan memiliki keunggulan bersaing. Namun untuk menghadapi persaingan dalam industri tepung terigu saat ini dan dengan keunggulan yang telah dimiliki perusahaan serta peranan industri tepung terigu sebagai industri unggulan pendorong pertumbuhan ekonomi bagi pemerintah Republik Indonesia, maka Bogasari seharusnya lebih jeli lagi untuk menangkap peluang dan mengantisipasi ancaman yang ada dengan memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan yang dimiliki dengan melakukan inovasi serta meningkatkan pelayanan serta kualitas produk agar tetap dapat menjadi *market leader* dalam industri tepung terigu di Indonesia.

Kata Kunci: manajemen strategik, keunggulan bersaing, agroindustri, market leader, internal, eksternal, SWOT, inovasi

Changes in national food consumption patterns that are highly dependent on wheat flour-based foods, the conditions, the wheat industry will be the one who has the opportunity to agroindustrial future. National wheat industry compete to capture the largest market share, therefore, important for Bogasari to take strategic steps to achieve competitive advantage.

This study aims to analyze how the implementation process of strategic management at PT Bogasari Flour Mills. In addition, this study also aimed to identify factors that cause the occurrence of both internal and external problems and seeking company solutions based on theories that are relevant. The external analysis was done by analyzing the general business environment and five forces competition. The internal analysis was done by analyzing marketing mix and . The external and internal analysis were then used to do SWOT analysis which purported to know the strength, weakness, opportunity, and threat that the company has to deal with.

From the results of this study concluded that the strategy of Bogasari is appropriate and it makes the company have a competitive advantages. But to face the competition of wheat flour and with the advantages that have been owned by the company and the role of wheat flour industry as a leading industry driver of economic growth for the government of the Republic of Indonesia, it should be more observant Bogasari again to seize opportunities and anticipate threats that exist to leverage the power and minimize the weaknesses that are owned by innovating and improving service and quality products that can still be a market leader in the flour industry in Indonesia.

Keywords: *strategic management, competitive advantage, agro-industry, market leader, internal, external, SWOT, innovation*