

ABSTRAK

PENERAPAN STRATEGI ORIENTASI PASAR DI PT PUPUK INDONESIA (PERSERO) DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN KEBIJAKAN SUBSIDI PUPUK

Antonius Yudhi Kristyanto
15/391888/PEK/21334

Dalam menghadapi tantangan dan persaingan pasar, salah satu strategi pemasaran yang dapat diterapkan suatu perusahaan adalah strategi orientasi pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan strategi orientasi pasar oleh PT Pupuk Indonesia (Persero) dalam mengkoordinasi Anak Perusahaan produsen pupuk sebagai persiapan menghadapi persaingan akibat adanya rencana perubahan kebijakan subsidi pupuk oleh pemerintah. Pelaksanaan strategi orientasi pasar di PT Pupuk Indonesia (Persero) dilakukan terhadap tingkat penerapan prinsip dasar strategi orientasi pasar yaitu *information intelligence*, *information dissemination* dan *responsiveness* serta komponen pendukungnya yakni struktur organisasi, desain proses, teknologi informasi, sistem penghargaan, kepemimpinan, budaya, dan manajemen kompetensi. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode deskriptif terhadap data-data kualitatif yang diperoleh melalui kegiatan wawancara dengan karyawan PT Pupuk Indonesia (Persero) yang memiliki pengalaman dan masuk dalam struktur manajemen perusahaan. PT Pupuk Indonesia (Persero) melalui berbagai kebijakan yang dikeluarkan telah menerapkan strategi orientasi pasar dengan tiga prinsip dasar beserta komponen pendukungnya untuk memperkuat proses bisnis produk komersil. Namun demikian, perusahaan masih perlu melakukan peningkatan di beberapa aspek pendukung yaitu struktur organisasi, desain proses bisnis, teknologi informasi dan sistem penghargaan agar dapat meningkatkan hasil dari penerapan strategi orientasi pasar tersebut.

Kata kunci: strategi pemasaran, orientasi pasar, *information intelligence*, *information dissemination*, *responsiveness*

ABSTRACT

APPLICATION OF MARKET ORIENTATION STRATEGIES IN PT PUPUK INDONESIA (PERSERO) TO FACING THE CHANGES OF FERTILIZER SUBSIDY POLICY

Antonius Yudhi Kristyanto
15/391888/PEK/21334

In facing market challenges and competition, one of the strategic thinking that can be implemented by a company is a market orientation strategy. The aims of this study are to determine the implementation of market orientation strategy by PT Pupuk Indonesia (Persero) in coordinating fertilizer producer subsidiaries in preparation for facing the competition due to the changes of fertilizer subsidy policy by the government. The implementation of market orientation strategies at PT Pupuk Indonesia (Persero) was carried out on the level of applying basic principles of market orientation strategies, market intelligence, information dissemination and responsiveness and also its supporting components, that consists of organizational structure, process design, information technology, reward systems, leadership, culture, and management competency. This research is a descriptive method of qualitative data obtained through interviews of PT Pupuk Indonesia (Persero) employees at the management level that are high in experience. PT Pupuk Indonesia (Persero) through various policies issued has implemented a market orientation strategy by implementing three basic principles and their supporting components to strengthen the commercial product business process. However, the company still needs to make improvements in several supporting aspects, organizational structure, business process design, information technology and reward systems in order to increase the results of implementing the market orientation strategy.

Keywords: marketing strategy, market orientation, information intelligence, information dissemination, responsiveness