

INTISARI

Pasar susu bayi kategori produk mainstream di Indonesia 98% dikuasai oleh 3 perusahaan multinasional sedangkan potensi marketnya masih terbuka lebar seiring dengan angka kelahiran bayi masih cukup tinggi. PT Tempo Scan Pacific Tbk. (TSP) dengan pemanfaatan sumber daya yang sudah ada memberanikan diri untuk masuk ke pasar baru susu bayi dengan target konsumen menengah ke bawah (mainstream product).

Analisa *related diversification* dengan kasus pengembangan bisnis unit baru dibidang susu bayi bertujuan untuk melihat apakah dengan pemanfaatan sumber daya yang ada dapat berdampak positif terhadap kinerja perusahaan baik dari sisi pertumbuhan bisnis maupun menghasilkan laba dan efisiensi biaya operasional.

Metode yang digunakan adalah analisa *descriptive qualitative* serta interview kepada manajemen TSP untuk mendapat gambaran yang lebih jauh terhadap kinerja dari unit bisnis baru ini.

Tesis ini menyimpulkan bahwa keputusan melakukan diversifikasi produk nutrisi bayi adalah bagian dari *corporate strategy* yang sudah tepat dengan menghasilkan *cross-business strategic fit* yang berdampak positif terhadap kinerja perusahaan baik dari sisi pertumbuhan total bisnis, komposisi portofolio perusahaan maupun dalam menghasilkan efisiensi biaya dengan adanya *cost sharing*.

Kata Kunci : *Related Diversification Strategy, Existing Resources, Value Chain Activities, Cross-Business Strategic Fit*

ABSTRACT

The market for baby milk in the mainstream product category in Indonesia is 98% controlled by 3 multinational companies while the market potential is still wide open along with the high birth rate. PT Tempo Scan Pacific Tbk. with the use of existing resources, ventured to enter the new baby milk market with a target of middle to lower consumers (mainstream products).

The analysis of related diversification with a case study of developing a new business unit in the field of baby nutrition aimed to find out whether the utilization of existing resources has a positive effect on company performance in terms of business growth and generate profit and operational cost efficiency.

This case used descriptive qualitative analyses and interviews with top management to get a further illustration of the performance of its new business unit.

This thesis concluded that the decision to diversify baby nutrition products is part of an appropriate corporate strategy by producing cross-business strategic fit as competitive values that has a positive impact on company performance in terms of total business growth, new composition of company portfolio, and in generating cost reduction.

Keywords: *Related Diversification Strategy, Existing Resources, Value Chain Activities, Cross-Business Strategic Fit*