

INTISARI

PT Indo Porcelain adalah perusahaan produsen perangkat makan (*tableware*) porcelain terkemuka di Indonesia yang melayani pasar lokal dan internasional. PT Indo Porcelain selalu berusaha untuk mengikuti kebutuhan konsumen dan tren pasar saat ini, salah satunya adalah melakukan strategi pengembangan produk baru. Tetapi penjualan produk produk baru tersebut pada 2018, 2019 tidak sesuai dengan yang diharapkan, sehingga dari masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan konsumen yang sebenarnya, *strategic fit* dan strategi berdaya saing yang seharusnya diprioritaskan oleh PT Indo Porcelain saat ini. Langkah awal adalah menganalisa lingkungan internal dan eksternal sehingga didapatkan hasil matriks IE yang menyebutkan bahwa posisi PT Indo Porcelain saat ini adalah “*hold and maintain*” dengan strategi yang disarankan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Tahap pencocokan dilakukan dengan matriks SWOT dengan melihat kelebihan, kelemahan, peluang dan tantangan yang dihadapi PT Indo Porcelain, melahirkan beberapa alternatif strategi yaitu penetrasi pasar, pengembangan produk, diversifikasi horizontal dan manajemen teknologi operasional yang bisa diimplematisasikan melalui konsep mitigasi resiko “*waste ellimination campaign*”. Beberapa alternatif strategi tersebut dianalisa meggunakan QSPM sehingga didapatkan hasil bahwa penetrasi pasar adalah strategi utama yang harus diprioritaskan saat ini disusul strategi pengembangan manajemen teknologi operasional berkonsep “*waste ellimination campaign*” kemudian strategi pengembangan produk yang ada di urutan ketiga dan diversifikasi horisontal sebagai strategi prioritas akhir. Adanya penempatan prioritas strategi diharapkan perusahaan bisa melakukan strategi yang efektif, efeisien dan berdaya saing.

Kata Kunci : SWOT, QSPM, Manajemen strategis, *Strategic Fit*

ABSTRACT

PT Indo Porcelain is a leading porcelain tableware manufacturer in Indonesia serving both local and international markets. PT Indo Porcelain always tries to keep up with current market needs and trends, one of which is implementing a new product development strategy. However, sales of these new products in 2018, 2019 were not as expected, so from this problem, this study aims to determine consumer needs, strategic fit and competitive strategies that should be prioritized by PT Indo Porcelain at this time. The first step is to analyze the internal and external environment so that the IE matrix results are obtained which states that PT Indo Porcelain's current position is "hold and maintain" with the recommended strategy is market penetration and product development. The matching stage was carried out with a SWOT matrix and produced several strategic alternatives, namely market penetration, product development, horizontal diversification and operational technology management which could be implemented by looking at the strengths, weaknesses, opportunities and challenges faced by PT Indo Porcelain. Some of these alternative strategies are analyzed using QSPM so that the results show that market penetration is the main strategy that must be prioritized at this time, followed by a strategy for developing operational technology management that can support the quality of products and services, then the product development strategy is in third place. The strategic priority placement is expected the company to be able to carry out an effective, efficient and competitive strategy.

Keywords: SWOT, QSPM, Strategic Management, Strategic Fit