



INTISARI

Sebagai perusahaan yang memproduksi alat musik di Indonesia dan merupakan salah satu anggota Y Corporation Group Jepang, PT. YM dituntut untuk ikut andil dalam mencapai target pertumbuhan 30% penjualan sampai tiga tahun kedepan dan juga dituntut untuk dapat menjawab tantangan baru sebagai efek dari ditetapkannya strategi baru dari Y Corporation Group mengenai *emerging market*. Perubahan lingkungan kompetisi basis produksi di dalam korporat dan dinamisnya lingkungan bisnis di Indonesia menuntut PT. YM untuk meninjau kembali strategi bisnisnya yang selama ini hanya mengikuti perusahaan induk saja, sehingga dapat mengetahui apa yang harus dipergunakan oleh perusahaan agar dapat terus tumbuh dan bertahan di Indonesia dan dapat terus berkontribusi terhadap perusahaan induk.

Beberapa analisa dilakukan penulis dalam merumuskan strategi, analisa lingkungan eksternal dengan analisa lingkungan eksternal dengan *five forces* model dilakukan untuk mendapatkan peluang dan ancaman di industri ini. Analisa lingkungan internal dilakukan untuk mendapatkan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Pada tahapan input ini, melalui analisa kuantitatif EFE dan IFE, didapatkan nilai EFE sebesar 3.33 dan nilai IFE sebesar 2.67.

Pada tahapan pencocokan, penulis melakukan analisa menggunakan matrik *Internal Eksternal (IE)*, SWOT kuantitatif dan SWOT kualitatif untuk memperoleh strategi. Pada tahapan ini didapatkan bahwa PT. YM dideskripsikan berada dalam posisi tumbuh dan membangun (*growth Strategy*). Dari 4 macam kemungkinan di dalam posisi *growth strategy* berdasarkan kemampuan internal perusahaan, dipilihlah startegi integrasi fungsi sales dan pengembangan produk untuk *portable keyboard*. Dua strategi ini yang akan digunakan oleh PT. YM sebagai alternatif strategi. Berdasarkan analisis data HOQ, didapatkan bahwa dalam pengembangan produk selanjutnya, perlu untuk mengembangkan muatan lokal, seperti program *style* dan *voice* di dalam produk yang mempunyai rasa lokal.

Dengan merujuk hasil penelitian dan informasi yang ada, penelitian ini merkomendasikan pentingnya perusahaan untuk merumuskan strategi secara berkala sehingga dapat merespon perubahan lingkungan dengan cepat. Selain itu perlu dilakukan konsolidasi antar grup untuk meningkatkan daya tawar.

Kata kunci: Strategi, *five forces porter*, matriks IFAS, matriks EFAS, matriks IE, SWOT, House of Quality.



ABSTRACT

As a company that manufactures musical instruments in Indonesia and is a member of Y Corporation Group of Japan, PT. YM required to contribute in achieving the target of 30% growth in sales up to three years in the future and also required to be able to respond to new challenges as the effect of the enactment of the new strategy of Y Corporation Group about emerging market. Changes in the competitive environment production base in the corporate and dynamic business environment in Indonesia demanded PT. YM to review its business strategy which is follows the parent company, so as to know the strategies that used by the company to continue to grow and survive in Indonesia and may continue to contribute to the parent company.

Some analysis conducted by the author in formulating strategies, external environmental analysis by five forces model performed to get the opportunities and threats in the industry. Internal analysis performed to gain company's strengths and weaknesses. At the input stage, through the IFE and EFE matrix analysis EFE company obtained the value 3.33 and 2.67 for the result of IFE.

In the matching stage, the author conducted an analysis using Internal External (IE) matrix, quantitative SWOT and qualitative SWOT to obtain alternative strategy. At this stage it was found that PT. YM is in a position to grow and build (Growth Strategy). From 4 kinds of possible strategies in a position of growth strategy based on the company capabilities, integration strategy of sales and product development for portable keyboard were chosen. That strategy will be used by PT. YM as the alternative strategy. Based on HOQ data analysis, it was found that for the next development, its need to develop product that contains local taste such as put local style and local voice program.

Based on a series of analysis with reference of all research and information, there were advices for the company such as , company recommended to periodically reviewing strategy formulation to respond the environmental changes. Other than that it is necessary for consolidation among the group to increase bargaining power.

Keywords: Strategy, five forces porter, IFE, EFE, SWOT, House of Quality.