

INTISARI

Studi ini mempunyai dua tujuan, yang pertama, bertujuan untuk mengevaluasi kesesuaian strategi yang digunakan PT. API dengan menganalisis kondisi internal dan eksternal guna mengetahui kekuatan dan kelemahan serta ancaman dan peluang unit bisnis *readymix* PT. Adhimix Precast Indonesia (PT.API), yang kedua, menentukan pemilihan strategi bersaing yang paling sesuai dalam bisnis *readymix concrete* di PT. API. Penelitian dilaksanakan dengan pendekatan studi analisis strategi bersaing pada unit bisnis *readymix* PT. API dengan menggunakan analisis SWOT, Matriks Internal-Eksternal (Matriks IE) dan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang digunakan pada PT. API yaitu penetrasi pasar, masih sesuai untuk digunakan. Strategi penetrasi pasar yang digunakan harus memperhatikan perubahan bentuk organisasi dan pola-pola pemasaran sesuai dengan ekspektasi dari pelanggan, seperti adanya transparansi dan jaminan kualitas produk. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT didapat strategi yang direkomendasikan adalah strategi pada sel I yaitu strategi yang agresif dalam mengoptimalkan peluang-peluang yang muncul di lingkungan perusahaan. Perhitungan dalam IE Matriks, diperoleh hasil bahwa perusahaan saat ini berada pada posisi kuadran V. Hasil perhitungan dalam IE Matriks, diperoleh hasil bahwa perusahaan saat ini berada pada posisi kuadran V. Kondisi perusahaan digolongkan pada kondisi *growth* yaitu bertumbuh dengan integrasi horizontal dan *stability* yaitu tidak ada perubahan strategi profit. Strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu melalui penetrasi pasar dan pengembangan produk. Hasil analisis dengan QSPM diperoleh strategi penetrasi pasar memperoleh nilai 6,499 sedangkan pengembangan produk memperoleh nilai 5,897. Dengan hasil ini maka strategi penetrasi pasar yang memiliki nilai TAS (*Total Attractive Score*) tertinggi adalah strategi yang paling menarik dilakukan.

Kata Kunci : strategi bersaing, *readymix concrete*, evaluasi faktor internal, evaluasi faktor eksternal

ABSTRACT

This study had two purposes. The first one was to evaluate the suitability of the strategy used by PT. API from analyzing an internal and external condition in order to know the strengths, weaknesses, threats, and opportunities of readymix concrete business at PT. Adhimix Precast Indonesia. The second one was to determine the choice of competitive strategy that was most suitable with readymix concrete business at PT. Adhimix Precast Indonesia. The study was conducted by using an approach of competitive strategy analysis study on readymix concrete business at PT. Adhimix Precast Indonesia by means of SWOT analysis, Internal-External Matrix (IE Matrix), and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) analysis. Based on the result of SWOT analysis, the strategy used in PT. API is the market penetration, still appropriate used. Market penetration strategy that used should pay attention to changes in organizational forms and patterns of marketing in line with expectation of customers, such as transparency and quality assurance of product. The result of SWOT analysis showed that the recommended strategy was the strategy at cell I, i.e., an aggressive strategy in optimizing the opportunities in the company environment. The result of IE Matrix showed that the company was currently in the quadrant V. The company's condition was classified into the growth condition, i.e., growing with a horizontal integration, and the stability condition, i.e., no change in profit strategy. The strategies that could be done by the company were through market penetration and product development. The result of QSPM analysis, the market penetration strategy got the score 6.499, and the product development got the score 5.897. Thus, the market penetration strategy that had the highest total attractive score was the most attractive strategy to do.

Key Words : competitive strategy, readymix concrete, internal factor evaluation, external factor evaluation