

## INTISARI

Industri minuman adalah salah satu industri yang memiliki banyak pemain didalamnya. Dengan jumlah pemain yang cukup banyak maka persaingan antar perusahaan semakin ketat. Persaingan yang ketat tersebut akan membawa perusahaan pada *good corporate governance* atau dapat juga membawa perusahaan dalam sebuah kehancuran. Perusahaan yang tidak dapat bersaing akan tersingkir dengan sendirinya dan akhirnya akan menuju kepada kebangkrutan.

Untuk menghadapi persaingan PT. Sinar Sosro dengan produknya kemudian mengeluarkan slogan “Apapun Makanannya Minumnya Teh Botol Sosro”. Slogan ini membawa perusahaan pada persaingan yang lebih berat. Dengan slogan tersebut berarti secara langsung PT. Sinar Sosro menganggap semua produk minuman dalam kemasan yang ada dipasaran merupakan saingan mereka. Teh botol sosro harus bersaing dengan produk-produk lokal. Hal ini tentu akan membuat manajemen harus bekerja ekstra keras dalam menyusun strategi untuk membuat slogan tersebut menjadi kenyataan. Thesis ini dimaksudkan untuk memformulasikan strategi bersaing PT. Sinar Sosro dengan produknya Teh Botol Sosro untuk mempertahankan posisinya sebagai *leader* dan selalu memenangkan persaingan di Industri minuman.

Sebagai alat analisis lingkungan eksternal, peneliti menggunakan *Five Force Model* dari Porter untuk analisa lingkungan persaingan dan analisis lingkungan makro untuk analisis ekonomi, lingkungan politik dan pemerintahan, hukum, demografi dan kependudukan, sosial dan budaya serta teknologi. Analisis *driving force*, struktur pasar, pesaing, dan perilaku konsumen juga dilakukan untuk melengkapi analisis lingkungan eksternal. Untuk analisis lingkungan internal, peneliti menggunakan analisis kinerja, *marketing mix* dan *value chain*.

Setelah hasil analisis lingkungan eksternal dan internal diperoleh, untuk selanjutnya adalah dilakukan analisis SWOT dengan menggunakan matrik TOWS. Dari hasil analisis, maka peneliti dapat memformulasikan strategi untuk Teh Botol Sosro yaitu: Optimalisasi kapasitas produksi, strategi market development, melakukan *Blue Ocean Strategy*, dan menghilangkan produk-produk yang *non profitable*.

*Kata Kunci: Slogan Teh Botol Sosro, Analisis Eksternal dan Internal, Analisis SWOT, Formulasi Strategi*

## ABSTRACT

Beverage industry is the one of industry that owning a lot of player. With much of player amount which is quite a lot hence intercompany competition more tighten. The competition will make the company getting a good corporate governance or earn also bring the company in a ruination. Company which cannot compete will be discharged by itself and finally will be bankruptcy

To face the competition PT. Sinar Sosro with its product later;then release slogan "Apapun Makanannya Minumnya Teh Botol Sosro". This Slogan bring the company more heavier competition. With the slogan mean directly PT. Sinar Sosro assume all beverage product in the market represent their rival. Teh Botol Sosro have to compete with the local product. It make the management have to work hard in compiling strategy to make the the slogan become the fact. This Thesis is intended for the formulation of competing strategy PT. Sinar Sosro with its product Teh Botol Sosro to maintain its position as a leader and win the competition in beverage Industry.

The tools of external environment analysis, researcher use the Five Force Model from Porter for the analysis environment of the competition, and macro environment analysis for the analysis of economic, political environment and governance, legal, demography and inhabitant, cultural and social, and also technology. Driving force, market structure, competitor, and consumer behavior analysis are also conducted to equip the external environment analysis. For the internal environmental analysis, researcher use the performance analysis, marketing mix and value chain.

After external and internal environment analysis result also obtained, henceforth it's processed by SWOT analysis using TOWS's matrix. From the analysis, researcher earn the formulation strategy for Teh Botol Sosro: Optimalization of capacity, strategy of market development, implement Blue Ocean Strategy, and eliminate non profitable products.

**Keyword:** Slogan of Teh Botol Sosro, External and Internal Analysis, The SWOT Analysis, and Strategy Formulation