

FORMULASI STRATEGI PADA PT. BAMBI DI JAKARTA

Oleh:

Nama : Antony

NIM : 28140413

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

April 2018

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

FORMULASI STRATEGI PADA PT. BAMBI DI JAKARTA

Diajukan Oleh :

Nama : Antony

NIM : 28140413

Jakarta, 25 April 2018

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing

(Bernadine Dra., M.Com)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2018

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Antony / 28140413 / 2018 / Formulasi Strategi pada PT. Bambi di Jakarta / Pembimbing: Ibu Bernadine, Dra., M.Com.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang paling tepat bagi PT. Bambi dalam menghadapi lingkungan persaingan saat ini dengan memperhatikan kondisi lingkungan internal dan eksternalnya, pesaing utama dan konsumennya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh PT. Bambi memerlukan strategi untuk menghadapi lingkungan persaingan saat ini.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah analisis lingkungan dari Pearce dan Robinson, model manajemen strategi dari David, analisis lima kekuatan bersaing dari Porter, tingkatan strategi dari Rangkuti, dan jenis-jenis strategi bersaing dari David.

Objek dari penelitian ini adalah PT. Bambi yang merupakan salah satu perusahaan pengarsipan dan file komputer di Indonesia. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi dalam bentuk wawancara dan pengumpulan sampel dengan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Oleh karena itu, wawancara dilakukan dengan 3 narasumber dari PT. Bambi dan 3 narasumber dari PT. Best Mega Industri. Selain itu, peneliti juga menggunakan teknik kuesioner *online* yang disebar melalui media *Google Forms* sebanyak 50 responden untuk mendapatkan saran produk *files* dan *binding* yang diinginkan oleh responden. Prosedur yang digunakan untuk analisis data adalah tahap input (Matriks IFE, Matriks EFE, dan *Competitive Profile Matrix*), tahap pencocokan (Matriks IE, Matriks SWOT, dan Matriks SPACE), dan tahap keputusan (QSPM).

Hasil penelitian pada tahap keputusan menggunakan QSPM menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk mendapatkan total skor bobot sebesar 4.37, lebih tinggi dibandingkan total skor bobot strategi pengembangan pasar yang sebesar 3.65.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi yang paling tepat bagi PT. Bambi untuk menghadapi persaingan adalah strategi pengembangan produk. Saran yang dapat diberikan adalah PT. Bambi harus melakukan pengembangan produk yang mempertimbangkan jenis produk, kualitas produk, harga, distribusi, dan design produk. Model yang sedang diinginkan konsumen adalah model polos, sederhana dan warna yang diinginkan adalah hitam dan biru.

© Hak Cipta Instansi dan Bisnis di Informasikan Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau seluruh karya tulis ini tanpa menandatangani dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRACT

Antony / 28140413 / 2018 / Strategy Formulation on PT. Bambi at Jakarta / Advisor: Bernadine, Dra., M.Com.

This study is focusing on determining the most proper strategy for PT. Bambi to face the current competitive environment by paying attention on its internal and external environment, main competitors and its customers. This research is motivated by PT. Bambi needs a strategy to face the competitive environment.

The theories used to support this research were environment analysis of Pearce and Robinson, strategy management model of David, five competitive forces analysis of Porter, strategy stages of Rangkuti, and types of competitive strategy of David.

The Object of this research is PT. Bambi which is one of the archiving and filing company in Indonesia. Methods of data collection in this study used communication methods in the form of interviews and collection of samples with non-probability sampling technique with purposive sampling. Therefore, these interviews were conducted with 3 interviewees from PT. Bambi and 3 interviewees from PT. Best Mega Industries. Beside that, the researcher used online questionnaire technique, which shared by a link in Google Forms for 50 respondents to get recommendations about files and binding that they liked. The procedure that used to analyze the data is input stage (IFE Matrix, EFE Matrix, and Competitive Profile Matrix), matching stage (IE Matrix, SWOT Matrix, and SPACE Matrix), and decision making stage (QSPM).

The research's result at decision making phase using QSPM showed that the product development strategy got 4.37 point, higher than then score of the market development strategy which was 3.65.

The conclusion of this research showed that product development strategy as the most proper way for PT. Bambi to face the competition. Suggestions that could be given were to inovate new product by considering types of product, product quality, price, distribution, and product design. The design wanted by the customers were plain and simple with the black and blue colors.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas waktu yang diberikan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi adalah salah satu syarat yang wajib diselesaikan oleh para mahasiswa untuk menyelesaikan perkuliahannya di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan baik berupa materi maupun spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Bernadine Dra., M.Com selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dalam memberikan pengarahan, bimbingan, dan membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi dari awal hingga akhir.
2. Seluruh Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membekali penulis selama penulis menjalani studi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
3. Keluarga penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi baik dukungan moral maupun materiil, serta selalu mendoakan penulis selama penulisan skripsi ini.
4. PT. Bambi yang bersedia menjadi objek penelitian dalam penelitian ini.
5. Ibu Lily H. yang telah membantu penulis untuk mendapatkan perizinan melakukan penelitian di PT. Bambi dan menjadi salah satu narasumber yang dapat penulis wawancarai.
6. Ibu Monica Ira Utomo, Ibu Woen Lili, Bapak Nata Raharja, Bapak Yudi Kurniawan, dan Bapak Herman yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai oleh penulis.
7. Kepada Natalia Valentina Clarissa pacar penulis yang selalu menemani, membantu, dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini.





8. Teman-teman dari Unit Kegiatan Mahasiswa Finance Group of IBIK (UKM FGI) yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.

9. Teman-teman penulis lainnya yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu terima kasih telah banyak membantu selama ini.

10. Para responden yang telah berbaik hati mengijinkan dan meluangkan waktu untuk memberikan hasil dari kuesioner.

11. Semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis sangat terbuka dengan kritik dan saran yang sangat membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 25 April 2018

Penulis

DAFTAR ISI



ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	9
D. Batasan Penelitian.....	9
E. Rumusan Masalah.....	9
F. Tujuan Penelitian	9
G. Manfaat Penelitian	10
BAB II : LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Manajemen Strategi	11
a. Pengertian	11
b. Manfaat-manfaat Manajemen Strategi	12
c. Model Manajemen Strategi	14
2. Visi dan Misi.....	20
a. Pengertian	20

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Kriteria-kriteria Visi	20
c. Komponen-komponen Pernyataan Misi	21
3. Analisis Lingkungan	22
a. Pengertian	22
b. Audit Internal.....	23
c. Audit Eksternal	30
4. Analisis Lima Kekuatan Bersaing Porter.....	33
5. Tingkatan Strategi	34
6. Jenis-jenis Strategi Bersaing	35
B. Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Pemikiran.....	49
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	50
A. Objek Penelitian.....	50
B. Desain Penelitian	50
C. Metode Penelitian	51
1. Teknik Pengumpulan Data dan Sampel.....	51
2. Teknik Analisis Data	52
3. Metode Analisis Data.....	55
BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	69
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	69
B. Analisis Visi dan Misi.....	70
C. Analisis Lingkungan Perusahaan	73
1. Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	74

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan..... 82

D. Tahap Formulasi Strategi..... 85

1. Tahap *Input* 85

2. Tahap Pencocokan 89

3. Tahap Keputusan 94

E. Pembahasan..... 96

1. Analisis Visi dan Misi..... 96

2. Tahap *Input* 97

3. Tahap Pencocokan 97

4. Tahap Keputusan 99

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 102

B. Saran 103

DAFTAR PUSTAKA 105

LAMPIRAN 107

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang Menurut Sub Sektor	2
Tabel 1.2	<i>Top Brand, Kategori file binder</i>	5
Tabel 2.1	Kerangka Kerja Analitis Formulasi Strategi	15
Tabel 2.2	9 Komponen Misi	21
Tabel 2.3	Fungsi Dasar Manajemen.....	24
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu 1.....	45
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu 2.....	46
Tabel 3.1	<i>Internal Factor Evaluation (Matriks IFE)</i>.....	55
Tabel 3.2	<i>External Factor Evaluation (Matriks EFE)</i>.....	57
Tabel 3.3	<i>Competitive Profile Matrix (Matriks CPM)</i>.....	59
Tabel 3.4	Analisis SWOT	63
Tabel 3.5	Matriks Aktual SPACE	65
Tabel 3.6	Matriks QSPM.....	67
Tabel 4.1	Analisis 9 Komponen Misi.....	73
Tabel 4.2	Matriks IFE	86
Tabel 4.3	Matriks EFE	87
Tabel 4.4	<i>Competitive Profile Matrix</i>.....	88
Tabel 4.5	Matriks SWOT	92
Tabel 4.6	Matriks Aktual SPACE	93
Tabel 4.7	QSPM Aktual.....	95
Tabel 4.8	Rangkuman Hasil Seluruh Alat Analisis	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Total Penjualan Tahun 2017 PT. Bambi	7
Gambar 2.1	Model Manajemen Strategi.....	14
Gambar 2.2	Model Lima Kekuatan Kompetisi Porter	34
Gambar 2.3	Skema Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 3.1	Matriks IE.....	61
Gambar 3.2	Matriks SPACE.....	65
Gambar 4.1	Matriks IE.....	90
Gambar 4.2	Matriks SPACE.....	94

© Hak cipta dimiliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Wawancara Bagian Manajemen	107
Lampiran 2 : Hasil Wawancara Bagian Pemasaran.....	110
Lampiran 3 : Hasil Wawancara Bagian Keuangan dan Akuntansi	113
Lampiran 4 : Hasil Wawancara Bagian Produksi dan Operasi	115
Lampiran 5: Hasil Wawancara Bagian Penelitian dan Pengembangan	117
Lampiran 6: Hasil Wawancara Bagian Sistem Informasi Manajemen	119
Lampiran 7: Hasil Wawancara Lingkungan Eksternal 1	122
Lampiran 8: Hasil Wawancara Lingkungan Eksternal 2	124
Lampiran 9: Hasil Wawancara Lingkungan Eksternal 3	126
Lampiran 10: Kuesioner Matriks IFE 1	128
Lampiran 11: Kuesioner Matriks IFE 2	129
Lampiran 12: Kuesioner Matriks IFE 3	130
Lampiran 13: Kuesioner Matriks EFE 1	131
Lampiran 14: Kuesioner Matriks EFE 2	132
Lampiran 15: Kuesioner Matriks EFE 3	133
Lampiran 16: Kuesioner <i>Competitive Profile Matrix</i> 1.....	134
Lampiran 17: Kuesioner <i>Competitive Profile Matrix</i> 2.....	135
Lampiran 18: Kuesioner <i>Competitive Profile Matrix</i> 3.....	136
Lampiran 19: Kuesioner Aktual Matriks SPACE mengenai Posisi Keuangan	137
Lampiran 20: Kuesioner Aktual Matriks SPACE mengenai Posisi Kompetitif.....	138

© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.





Lampiran 21: Kuesioner Aktual Matriks SPACE mengenai Stabilitas Posisi	139
Lampiran 22: Kuesioner Aktual Matriks SPACE mengenai Posisi Industri	140
Lampiran 23: Pertanyaan Kuesioner	141
Lampiran 24: Nama-nama Responden	143
Lampiran 25: Umur Responden	144
Lampiran 26: Status Responden	145
Lampiran 27: Jumlah Responden yang Mengenal Produk PT. Bambi	146
Lampiran 28: Jumlah Responden yang Mengetahui Jenis Produk Bermerek Bambi Bindex dan Benex	147
Lampiran 29: Jenis Produk PT. Bambi yang Diketahui oleh Responden	148
Lampiran 30: Jumlah Responden yang Menggunakan Produk PT. Bambi	149
Lampiran 31: Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk PT. Bambi	150
Lampiran 32: Model Produk PT. Bambi yang Diharapkan oleh Responden ...	151
Lampiran 33: Warna Produk PT. Bambi yang Diharapkan oleh Responden ..	152
Lampiran 34: Kritik, Saran, dan Komentar dari Responden	153

Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.