

ABSTRAK

Suatu perusahaan menghadapi lingkungan yang selalu berubah. Tingkat persaingan dalam usaha semakin ketat sehingga pasar pun semakin sempit. Untuk dapat tetap bertahan atau bahkan menguasai pasar, suatu perusahaan perlu menerapkan strategi yang tepat. Untuk itu diperlukan suatu perencanaan strategi agar dapat ditentukan strategi yang sesuai dengan keadaan perusahaan dan juga keadaan lingkungan.

Penelitian ini dilakukan pada PT Derap Laju Gemilang Palembang yang bergerak di bidang pendistribusian sepatu dan sandal. Dalam usahanya, perusahaan memiliki tiga subdistributor atau unit bisnis yang masing-masing mendistribusikan produk/merek yang berbeda. Masing-masing unit bisnis memiliki kondisi dan memberikan kontribusi yang berbeda bagi perusahaan. Maka dari itu, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi yang tepat bagi ketiga unit bisnis tersebut.

Proses perumusan strategi dilakukan dengan Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Sesuai namanya, metode ini dilakukan dengan melakukan evaluasi dan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan.

Berdasarkan hasil evaluasi dan analisis terhadap ketiga unit bisnis perusahaan diperoleh alternatif-alternatif strategi untuk masing-masing. Strategi untuk unit bisnis pertama, yang menjadi agen tunggal produk "Yastako", adalah diferensiasi. Dengan strategi ini, unit bisnis tersebut berusaha menciptakan citra baik bagi pelanggan akan keunggulan produk dan pelayanan yang diberikan. Untuk unit bisnis kedua, yaitu agen produk "New Era", "Tiger", "Finotti", "Carvil", dan "Scomax", strategi yang tepat adalah pengembangan pasar ke daerah-daerah baru. Untuk unit bisnis ketiga, yang menjadi agen tunggal produk "Specs", strategi yang sesuai adalah dengan memfokuskan pasar ke segmen sepatu olahraga kelas menengah untuk menghindari persaingan.