

ABSTRAK

Suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yang ada, di mana tingkat persaingan semakin ketat antar perusahaan baik dari segi pasar yang semakin sempit serta krisis ekonomi yang belum juga selesai yang mengakibatkan banyak perusahaan mengalami kekalahan persaingan dan kebangkrutan. Untuk dapat bertahan atau untuk dapat menguasai pasar perusahaan perlu menerapkan metode dan "Merchandising" yang baik dan sesuai dengan keadaan perusahaan serta keadaan lingkungan.

Penelitian ini dilakukan pada PT United Tractors Cab Bangka yang bergerak pada bidang pengadaan berbagai macam alat berat. Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan memiliki tiga divisi atau unit bisnis yang terdiri dari Divisi Penjualan, Divisi Teknis dan Divisi Counter Parts. Masing-masing divisi memiliki kondisi dan memberikan kontribusi yang berbeda bagi perusahaan. Sebagai competitor perusahaan adalah PT X yang juga bergerak di bidang yang sama. Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah merumuskan "Merchandising" yang tepat bagi ketiga divisi perusahaan dalam menghadapi competitor perusahaan.

Perumusan "Merchandising" dilakukan dengan menggunakan Analisis SWOT, Internal-Eksternal, BCG dan GE. Penerapan metode-metode tersebut dilakukan dengan evaluasi dan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, laju pertumbuhan pasar, pangsa pasar relatif, daya tarik industri dan kekuatan industri pada perusahaan dan competitor.

Berdasarkan hasil evaluasi dan analisis terhadap ketiga Divisi atau unit bisnis perusahaan serta perusahaan competitor diperoleh alternatif-alternatif strategi untuk masing-masing perusahaan. Strategi untuk unit bisnis pertama (Divisi Penjualan) adalah strategi laba. Untuk Divisi Teknis strategi yang tepat adalah pengembangan SDM. Untuk Divisi Counter Parts strategi yang sesuai adalah merger. Sedangkan sebagai competitor perusahaan (PT X) strategi yang digunakan adalah market development