

ABSTRAK

PT.Herman Jaya Putra adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengadaan, *design*, pemasangan, perbaikan bidang *refractory & insulation material* pada industri pengolahan yang mempergunakan batu tahan api. Semakin tingginya pertumbuhan industri pada bidang *refractory & insulation material* dalam industri pengolahan yang mempergunakan batu tahan api dan adanya pesaing dalam bidang industri yang sama, perusahaan harus berpikir kritis untuk tetap mempertahankan pangsa pasar, kualitas produk dan meningkatkan daya jual produknya. Oleh karena itu PT.Herman Jaya Putra harus memiliki strategi bisnis yang tepat untuk tetap mempertahankan daya jual dan kualitas produknya.

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah analisis struktur industri (*Five-forces Model Porter*) yang meliputi persaingan antar perusahaan sejenis, kemungkinan masuknya pendatang baru, potensi pengembangan produk sejenis, kekuatan tawar menawar pemasok, dan kekuatan tawar menawar pembeli. Kemudian menentukan analisis SWOT yang ada pada PT.Herman Jaya Putra untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan. Analisis formulasi strategi meliputi 3 tahapan utama, yaitu tahap input, tahap pencocokan, dan tahap keputusan.

Tahap input berisikan matriks IFE, matriks EFE, dan matriks CPM. Pada matriks IFE didapatkan hasil 2,53. Sedangkan untuk matriks EFE didapatkan hasil 2,68. Apabila skor pada matriks IFE dan EFE lebih dari 2,50 dapat diartikan bahwa perusahaan sudah memiliki kinerja yang baik. Kemudian untuk pembuatan matriks CPM didapatkan hasil bahwa PT.Herman Jaya Putra lebih unggul dibandingkan para pesaingnya, yaitu PT.Gunung Api Mulia dan PT.Benteng Api Refractorindo dengan mendapatkan hasil 3,06.

Tahap pencocokan yang berisikan matriks IE, matriks GSM, dan matriks SWOT. Matriks IE dijelaskan bahwa PT.Herman Jaya Putra berada pada bagian V dengan nilai IFE sebesar 2,53 menyatakan posisi internal pada kondisi rata-rata. Sedangkan untuk nilai EFE sebesar 2,68 menyatakan posisi eksternal perusahaan pada kondisi menengah. Hasil analisis Matriks IE menunjukkan bahwa PT.Herman Jaya Putra berada pada bagian ke V yang berarti perusahaan pada posisi tumbuh dan membangun. Pada matriks GSM didapatkan perusahaan berada pada kuadran I, hal ini didasari perusahaan memiliki pasar yang luas, memiliki produk yang berkualitas, bermutu dan bergaransi. Dalam pembuatan matriks SWOT akan didapatkan alternatif strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan, kemudian mengelompokkan berdasarkan tipe-tipe strategi yang ada.

Tahap keputusan berisikan matriks QSPM. Pada matriks QSPM didapatkan hasil bahwa PT.Herman Jaya Putra dengan total nilai daya tarik tertinggi 6,03 adalah strategi penetrasi pasar. Tipe strategi ini dapat diperkuat dengan menerapkan STPD (*Segmentation, Targetting, Positioning, Differentiation*) dan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi 4P (*product, price, place, dan promotion*).

Dengan mencocokkan antara STPD dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) maka didapatkan usulan-usulan yang terkait dengan segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, perbedaan dengan pesaing, produk, harga, tempat, dan promosi yang dapat dilakukan oleh PT.Herman Jaya Putra.

Kata kunci: strategi bersaing, strategi bisnis, STPD, *marketing mix*