

ABSTRAK

Selama krisis ekonomi yang bermula pada tahun 1997, bisnis yang berbasis bahan baku lokal adalah bisnis yang paling bertahan di tengah krisis. Salah satunya adalah sektor agrobisnis yang termasuk bisnis yang minim dalam menggunakan bahan baku impor. PT. Quick Clean Cemerlang (QCC) yang merupakan pemain baru dalam bisnis ini mengalami permasalahan dalam menentukan strategi dalam pengembangan industrinya. Atas dasar inilah, kami tim penulis melalui Group Field Project mencoba untuk merancang strategi yang dapat diterapkan dalam lima tahun ke depan. Perancangan ini menggunakan dasar teori Fred R. David dengan sebelumnya membandingkan dengan teori perancangan strategi dari Pearce & Robinson, Stephen G. Haines, dan Thompson & Strickland. Adapun metodologi yang digunakan untuk menganalisis perancangan strategi ini adalah dengan menggunakan tahapan perancangan strategi dari Fred R. David. Hasil analisis kami menunjukkan bahwa strategi-strategi alternatif yang dapat dijalankan secara berurutan adalah penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, integrasi ke belakang, dan diserfikasi konsentrik. Sedangkan untuk tahapan implementasinya, tim penulis telah menyusun tahapan pelaksanaan strategi yang disertai dengan proyeksi keuangan dalam jangka waktu lima tahun. Untuk mengevaluasi pelaksanaan strategi, tim penulis melakukan analisa performa perusahaan. Tetapi tentunya hasil pelaksanaan strategi ini hanya akan berhasil jika adanya komitmen dan keterbukaan perusahaan dan diterapkannya kontrol yang diperkuat untuk menghindari penyimpangan-penyimpangan yang mungkin terjadi.

Kata kunci : analisis, perancangan strategi

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Persetujuan Pembimbing	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Permasalahan	2
I.3 Tujuan dan Manfaat	3
I.4 Ruang Lingkup	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
II.1 Teori Fred R. David	6
II.2 Teori Pearce dan Robinson	13
II.3 Teori Stephen G. Haines	16
II.4 Teori Thompson dan Strickland	20
II.5 <i>Corporate Lifecycles</i>	22
BAB III METODOLOGI	29
III.1 Tehnik Pengumpulan Data	29
III.1.1 Jenis Data	29
III.1.2 Instrumen Pengumpulan Data	30
III.2 Analisis Keuangan	30
III.3 Model dan Metode Analisis	32
III.3.1 Formulasi Pernyataan Misi	33
III.3.2 Tahap Input	33
III.3.2.1 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)..	34
III.3.2.2 Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) ...	35
III.3.3 Tahap Pencocokan	37
III.3.3.1 Matriks <i>Threats – Opportunities –</i>	

	<i>Weaknesses – Strength (TOWS)</i>	38
III.3.3.2	Matriks <i>Strategic Position and Action Evaluation</i> (SPACE)	38
III.3.3.3	Matriks Internal Eksternal (IE)	41
III.3.3.4	Matriks <i>Grand Strategy</i>	42
III.3.4	Tahap Keputusan	43
III.4	Tehnik Implementasi	45
III.5	Tehnik Evaluasi	49
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
IV.1	Sejarah Singkat Perusahaan	50
IV.1.1	Unit Usaha	51
IV.2	Formulasi Pernyataan Misi	52
IV.3	Analisis Lingkungan Internal	53
IV.3.1	Proses Bisnis Inti (<i>Core Business</i>) PT. QCC	53
IV.3.1.1	Unit Usaha Pembesaran Ikan Air Tawar... ..	53
IV.3.1.2	Unit Usaha Sapi	54
IV.3.1.3	Unit Usaha Pengolahan Daging	56
IV.3.1.4	Unit Usaha Penggemukan Kambing dan Domba	58
IV.3.2	Proses <i>Business Development</i> PT. QCC	59
IV.3.2.1	Unit Usaha Penghasil Telur Itik	59
IV.3.2.2	Unit Usaha Pertanian	60
IV.3.2.3	Unit Usaha Perkebunan	60
IV.3.3	Sumber Daya Manusia	61
IV.3.4	Keuangan PT. QCC	62
IV.3.5	Kekuatan dan Kelemahan PT. QCC	65
IV.4	Analisis Lingkungan Eksternal	66
IV.4.1	Tingkat Inflasi Indonesia	66
IV.4.2	Tingkat Pertumbuhan Ekonomi	69
IV.4.3	Pendapatan per Kapita (GDP per Kapita)	70
IV.4.4	Produk Domestik Bruto (PDB) Peternakan Indonesia. ..	71

IV.4.5	Produk Domestik Bruto (PDB) Perikanan Indonesia..	72
IV.4.6	Peraturan-Peraturan Pemerintah Mengenai Agrobisnis	73
IV.4.7	Industri Agrobisnis Saat Ini	76
IV.4.8	Kompetitor pada Industri Agrobisnis	78
IV.4.9	Kerentanan Terhadap Penyakit	79
IV.4.10	Konsumen Saat Ini	80
IV.4.11	Pertumbuhan Konsumsi Produk-Produk Agrobisnis..	83
	IV.4.11.1 Tingkat Konsumsi Daging	83
	IV.4.11.2 Tingkat Konsumsi Ikan	84
	IV.4.11.3 Tingkat Konsumsi Telur	85
IV.4.12	Potensi Perkembangan Usaha di Industri Agrobisnis.	86
	IV.4.12.1 Agroindustri	86
	IV.4.12.2 Agrowisata	87
	IV.4.12.3 Pertanian Organik	88
IV.4.13	Peluang dan Ancaman PT. QCC	89
IV.5	Analisis Perancangan Strategi	90
	IV.5.1 Tahap Input	90
	IV.5.1.1 Matriks IFE	90
	IV.5.1.2 Matriks EFE	91
	IV.5.2 Tahap Pencocokan	92
	IV.5.2.1 Matriks IE	92
	IV.5.2.2 Matriks TOWS	94
	IV.5.2.3 Matriks <i>Grand Strategy</i>	99
	IV.5.2.4 Matriks SPACE	101
	IV.5.3 Tahap Keputusan dan Formulasi Strategi	104
IV.6	Evaluasi Perancangan Strategi	117
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	119
	V.1 Kesimpulan	119
	V.2 Saran	120
	DAFTAR ACUAN	123
	DAFTAR PUSTAKA	124

LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP