STRATEGI PENGEMBANGAN GENTENG BETON PADA PT. LAFARGE ROOFING INDONESIA

INTAN PERMATA SARI, BUDI SULISTYO, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

http://www.gunadarma.ac.id

kata kunci : manajemen strategi

Abstraksi :

Salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu bisnis adalah mengembangkan suatu produk bagi produsen guna mencapai kepuasan konsumen. Hal ini dimaksudkan agar konsumen mendapatkan suatu produk yang sudah dikembangkan sebelumnya dengan harga yang sama, tetapi kualitas yang lebih baik. PT. LAFARGE ROOFING INDONESIA merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang memproduksi genteng beton. Dalam proses produksinya PT. LAFARGE ROOFING INDONESIA harus mengembangkan produk yang ada guna mencapai kepuasan konsumen dan dengan tujuan menguasai pangsa pasar. Untuk mengetahui strategi pengembangan yang digunakan pada PT. LAFARGE ROOFING INDONESIA maka digunakan analisis SWOT. Berdasarkan matrik SWOT strategi pengembangan yang dapat digunakan oleh perusahaan diantaranya adalah mempertahankan kualitas produk untuk mencapai kepuasan konsumen, memanfaatkan tenaga kerja yang ada untuk mengembangkan produk lebih lanjut, meningkatkan produksi untuk meningkatkan volume pejualan, optimumkan efesiensi biaya produksi, telepon dan listrik, memberikan pelayanan atau garansi atau batas waktu komplain, menaikkan harga jual produk yang sesuai dengan daya beli konsumen, memesan/membeli bahan baku dengan kuantitas lebih banyak, dan menambah supplier sebagai cadangan dengan kualitas yang sama/hampir sama dengan supplier utama. Dan berdasarkan Internal-Eksternal Matrik PT. LAFARGE ROOFING INDONESIA dengan total skor EFAS = 3.19 dan IFAS = 2.84 berada dalamposisi pertumbuhan (GROWTH) yaitu konsentrasi melalui integrasi horizontal.artinya perusahaan berada dalam industry yang sangat interaktif, tujuannya untuk meningkatkan penjualan dan profit dengan cara memanfaatkan keuntungan baikdi produksi maupun pemasaran.