

---

## STRATEGI BISNIS PT XYZ GUNA MENINGKATKAN DAYA SAING PADA INDUSTRI ALMUNIU

Wemby Gustiar  
Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara  
wewijono@gmail.com

**Abstract:** Competitive ability has become very important for a company. This happens because with a good competing ability that is able to make a company a leader in the market. Competitive ability or competitiveness can be formed if the company has the right strategies executed. The purpose of this study is to: 1) know the internal state of PT XYZ seen from the strengths and weaknesses owned by PT XYZ, 2) know the external state of PT XYZ seen from the strengths and weaknesses owned by PT XYZ, 3) exactly which can be recommended to PT XYZ to improve competitiveness. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) analysis is used to determine the best strategy. This study found that many competitors make distributors and consumers have many choices. The main strategy derived from the analysis is the market development strategy. By opening new branches in different places with different geography with the intention of acquiring a new market.

**Keywords:** competitiveness, business, strategy, industry, aluminum.

### PENDAHULUAN

Kemampuan bersaing telah menjadi hal yang sangat penting untuk sebuah perusahaan. Hal ini terjadi karena dengan kemampuan bersaing yang baiklah yang mampu membuat sebuah perusahaan menjadi pemimpin di pasar. Dengan menjadi pemimpin di pasar, perusahaan akan memiliki banyak keuntungan, terutama dari segi pangsa pasar dan kredibilitas di mata pasar. Kemampuan bersaing atau daya saing dapat terbentuk apabila perusahaan memiliki strategi-strategi yang tepat dijalankan.

Persaingan terjadi di seluruh industri tanpa terkecuali. Karena saat ini, di Indonesia, yang merupakan negara berkembang, seluruh industri akan berlomba-lomba untuk bisa memenangkan persaingan sehingga dapat dipercaya oleh pasar. Salah satu industri yang memiliki persaingan di pasar cukup ketat adalah industri konstruksi. Seperti dikutip dari harian Kompas dimana dijelaskan bahwa sektor konstruksi menempati posisi ketiga sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia sepanjang 2016, dengan kontribusi 0,51 persen setelah sektor industri pengolahan dan sektor perdagangan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), ekonomi Indonesia pada tahun 2016 tumbuh sebesar 5,02 persen, lebih tinggi dibandingkan tahun 2015 yang mencapai 4,88 persen. Kontribusi sektor konstruksi bagi pembentukan produk domestik bruto (PDB) pun cukup signifikan, yakni 10,38 persen. (Alexander, 2017)

Dalam penelitian ini, perusahaan yang akan konstruksi diteliti adalah PT XYZ. Permasalahan yang akan dibahas dari penelitian ini adalah lemahnya daya saing PT XYZ dibandingkan dengan para pesaingnya. Menanggapi keadaan tersebut, PT XYZ pernah melakukan sebuah strategi yaitu strategi integrasi kedepan. Strategi integrasi ke depan adalah strategi dimana perusahaan mengakuisisi distributor dalam pengadaan barang mereka ke pasar. Kegagalan strategi ini muncul saat ternyata banyak distributor yang merasa keberatan dengan sistem pembayaran yang relatif singkat dan sulit untuk dipenuhi oleh distributor. Selain itu, strategi ini juga mengeliminasi karyawan lapangan sehingga membuat seluruh komplain dari developer maupun applicator harus disampaikan ke pihak distributor baru diteruskan ke pihak PT XYZ. Hal ini juga membuat seluruh proses pengiriman produk menjadi lebih lambat.

Melihat keadaan ini, PT XYZ ingin kembali mengimplementasi strategi baru sambil tetap mempertahankan strategi yang saat ini sudah dijalankan. Oleh karena itu, penelitian ini akan dijalankan untuk memberikan rekomendasi strategi yang tepat yang dapat dijalankan oleh PT XYZ melalui beberapa langkah seperti analisis menggunakan matriks IFE, matriks EFE, matriks SWOT, matriks IE, matriks Grand Strategy dan terakhir matriks QSPM. Konsep matriks QSPM adalah menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi berdasarkan seberapa jauh faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal dimanfaatkan atau diperbaiki (David, 2014)

## **TELAAH KEPUSTAKAAN**

Daya saing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menawarkan barang atau jasa yang sesuai dengan standar kualitas pasar yang ada, dan memperoleh pendapatan yang memadai untuk sumber daya yang digunakan untuk memproduksinya. Menurut Bardi dan Hidayat (2015) daya saing merupakan salah satu kata kunci yang lekat dengan pembangunan ekonomi. Daya saing juga banyak diartikan sebagai kemampuan perusahaan pada suatu daerah dalam menghasilkan pendapatan yang tinggi serta tingkat kekayaan yang lebih merata untuk sumber daya yang digunakan.

Menurut David (2014:248) strategi alternatif yang dapat dijalankan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi 11 tindakan. Banyak organisasi menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan, namun strategi kombinasi dapat sangat beresiko jika dijalankan terlalu jauh, sehingga harus ditetapkan strategi yang menjadi prioritas utama untuk dijalankan. Strategi alternatif yang dapat dijalankan perusahaan antara lain: integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal, penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, diversifikasi konglomerasi, diversifikasi konsentris, strategi penciutan, strategi divestasi, strategi likuidasi.

Proses manajemen strategi adalah proses enam langkah yang memandu perencanaan, implementasi dan evaluasi strategi. Walaupun empat langkah yang pertama menjelaskan perencanaan yang harus dilakukan, implementasi dan evaluasi juga sama pentingnya. Bahkan strategi terbaik pun dapat saja gagal bila manajemen tidak mengimplementasikan atau mengevaluasinya secara layak (Robbins dan Coulter 2016).

Rumusan permasalahan di bidang pemasaran perusahaan arsitektural produk pintu dan jendela aluminium yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah hubungan antara variabel lingkungan dan persaingan dengan strategi pemasaran dan hubungan antara pemilihan strategi pemasaran dengan keberhasilan pemasaran. Ruang lingkup dan batasan masalah dari penelitian ini adalah:

- Faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan mencakup sumber daya manusia, teknologi, keuangan, pemasaran dan operasional. Faktor eksternal mencakup pasar, sosial, budaya, persaingan, hukum dan AMDAL.
- Penelitian ini hanya terbatas difokuskan pada PT XYZ dan tidak membahas mengenai keadaan dari perusahaan pesaing.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keadaan internal dari PT XYZ dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh PT XYZ, keadaan external dari PT XYZ dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh PT XYZ serta untuk memberikan penerapan strategi yang tepat yang dapat direkomendasikan kepada PT XYZ untuk dapat meningkatkan daya saing.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sedangkan periode penelitian yang digunakan adalah cross sectional. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2014) adalah penelitian yang menggunakan perhitungan matematika atau statistika sebagai metode untuk penyelesaian masalahnya. Sedangkan pendekatan deskriptif adalah pendekatan dimana penelitian diarahkan pada penjelasan sebuah masalah tertentu yang terjadi di perusahaan. (Sugiyono, 2014)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang diambil langsung dari nara sumber atau sumber data. (Sugiyono, 2010:137)

1. Wawancara  
Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada para atasan di perusahaan untuk mendapatkan data-data mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan.
2. Forum Group Discussion

Forgum Group Discussion digunakan untuk menggali data mengenai bobot dan rating dari setiap faktor yang diteliti baik faktor kekuatan, kelemahan, peluang maupun ancaman.

Data sekunder adalah data yang bentuknya telah disajikan dan pengambilan dilakukan secara tidak langsung karena melalui sebuah media tertentu. Dalam penelitian ini adalah studi pustaka baik dari media cetak maupun media elektronik. Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah matriks IFE, Matriks EFE, Matriks SWOT, Matriks IE, Matriks Grand Strategy dan Matriks QSPM.

## **ANALISIS DAN BAHASAN TEMUAN**

Setelah dilakukan observasi dan wawancara, dalam penelitian ini ditemukan bahwa faktor internal dan faktor eksternal memberikan dampak pada usaha PT. XYZ. Analisis faktor internal dilakukan untuk memperoleh faktor peluang dan faktor ancaman. Dalam penelitian ini, setelah dilakukan observasi dan wawancara, ditemukan 14 faktor internal, dimana 14 faktor internal terpecah menjadi beberapa faktor yang memiliki kekuatan dan kelemahan masing – masing. Analisis faktor eksternal dilakukan untuk memperoleh faktor kekuatan dan faktor kelemahan. Dalam penelitian ini ditemukan 10 faktor eksternal yang terpecah menjadi beberapa faktor yang memiliki peluang dan ancaman masing – masing.

### **Analisis Matriks IFE**

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui kondisi perusahaan dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang ada di sekitar perusahaan. Apabila nilai total score dari IFE  $> 2,5$ , maka perusahaan dianggap telah mampu memaksimalkan kekuatan untuk meminimalisasi kelemahan. Dari table IFE, terlihat bahwa nilai dari seluruh faktor internal adalah sebesar 2,585 yang berarti saat ini perusahaan telah berhasil memaksimalkan kekuatan untuk meminimalisasi kelemahan. Selanjutnya dari tabel tersebut terlihat bahwa faktor kekuatan utama perusahaan adalah mesin pabrik yang dirakit sendiri dan kelemahan utama dari perusahaan adalah jumlah distributor yang masih terbatas.

### **Analisis Matriks EFE**

Matriks EFE digunakan untuk mengetahui kondisi perusahaan dilihat dari peluang dan ancaman yang ada di sekitar perusahaan. Apabila nilai total score dari EFE  $> 2,5$ , maka perusahaan dianggap telah mampu memanfaatkan peluang untuk menghindari ancaman. Hasil dari perhitungan matriks EFE terlihat bahwa nilai dari seluruh faktor eksternal adalah sebesar 2,693 yang berarti saat ini perusahaan telah berhasil memanfaatkan peluang untuk menghindari ancaman. Selanjutnya dari tabel tersebut terlihat bahwa faktor peluang utama perusahaan adalah pertumbuhan real estate di Indonesia yang sedang tinggi dan ancaman

utama perusahaan adalah seringkali terjadi sengketa tanah yang pada akhirnya sering membuat pengadaan bahan baku menjadi terhambat.

**Analisis Matriks SWOT**

Matriks SWOT digunakan untuk menjabarkan alternatif strategi yang dapat muncul dari penggabungan antara faktor-faktor yang ada pada PT XYZ. Berikut penggambaran hasil analisis Matriks SWOT pada PT XYZ:

**Tabel.3**

**Hasil Analisis Matriks SWOT**

		<b>Internal</b>	
		<b>Strength</b>	<b>Weakness</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki jumlah karyawan yang memadai</li> <li>2. Mesin pabrik yang dirakit sendiri dengan bahan baku dari Jepang</li> <li>3. Memiliki rekanan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan ternama</li> <li>4. Lokasi kantor pusat yang strategis</li> <li>5. Memiliki keunikan produk dibandingkan dengan produk pesaing</li> <li>6. Memiliki cabang di luar negeri</li> <li>7. Sudah memiliki standarisasi ISO</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem pemasaran yang masih terbatas</li> <li>2. Tidak memiliki tenaga kerja atau buruh lapangan</li> <li>3. Sistem pembayaran yang sangat ketat</li> <li>4. Lokasi pabrik yang terlalu jauh dari perkotaan</li> <li>5. Jumlah distributor yang masih terbatas</li> <li>6. Tidak memiliki kerja sama dengan pemerintah</li> <li>7. Belum memiliki keunikan produk tersendiri</li> </ol>
<b>Eksternal</b>	<p><b>Opportunity</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan industri Real Estate di Indonesia</li> <li>2. Pasar yang sangat luas pada</li> </ol>	<p><b>S2, O1</b></p> <p>Dengan alat yang dirakit sendiri didukung dengan pertumbuhan industry Real Estate di Indonesia, maka PT XYZ dapat memanfaatkan kekuatan</p>	<p><b>W1, O2</b></p> <p>Sistem pemasaran perusahaan saat ini lebih terpaku pada pull marketing yang sangat terbatas. Dengan pasar yang sangat luas pada</p>

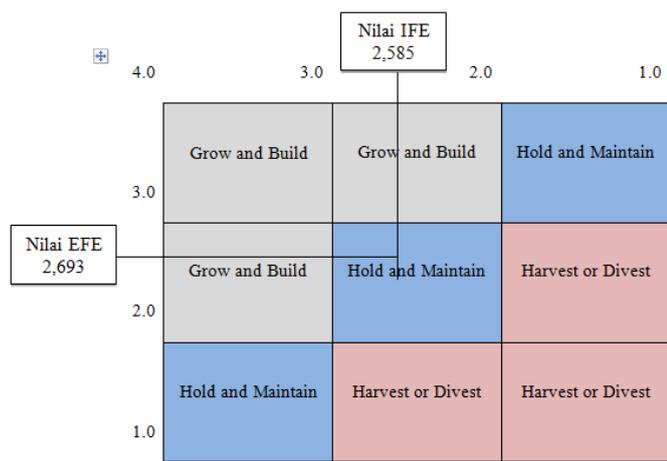
	<p>industri pengadaan bahan baku Real Estate</p> <p>3. Tingginya new entry barrier untuk masuk ke dalam industri pengadaan bahan baku Real Estate</p> <p>4. Terdapat banyak supplier yang dapat menjadi pilihan perusahaan yang bergerak di industri Real Estate</p> <p>5. Tidak ada produk substitusi pada industri Real Estate</p>	<p>mereka guna memaksimalkan peluang dengan cara melakukan promosi kepada pasar mengenai kualitas hasil produksi yang berbeda dengan perusahaan lain</p>	<p>industri pengadaan bahan baku untuk real estate, perusahaan dapat memperluas pasar mereka ke tempat baru dengan membuka cabang baru di daerah yang baru karena masih besarnya pasar pengadaan bahan baku dan dengan ini, perusahaan tidak perlu memikirkan lagi strategi pemasaran yang harus dijalankan.</p> <p><b>W4, W5, O1</b>                  Dengan jumlah distributor barang yang masih sedikit namun pertumbuhan industri real estate sedang meningkat, perusahaan dapat menerapkan strategi promosi atas produk-produk yang mereka miliki agar semakin dikenal dan meningkatkan distributor untuk membeli atau mengambil barang dari perusahaan.</p>
	<p><b>Threat</b></p> <p>1. Banyaknya pesaing membuat distributor dan konsumen memiliki banyak pilihan</p> <p>2. Harga Dollar yang tidak stabil</p> <p>3. Risiko yang sangat besar apabila terjadi kesalahan atau cacat produksi</p> <p>4. Produk di industri pengadaan bahan baku Real</p>	<p><b>S2, T5</b>                  Perusahaan saat ini menggunakan peralatan yang dirakit sendiri yang membuat perusahaan menjadi mudah untuk menciptakan mesin mereka dimana saja.                  Dengan adanya ancaman seringnya terjadi sengketa di daerah-daerah berkembang, perusahaan akan lebih disarankan untuk mencari pasar di geografi baru agar perusahaan dapat memiliki pasar yang mungkin lebih kondusif untuk dijalankan.</p>	<p><b>W5, T1</b>                  Saat ini perusahaan memiliki kelemahan yaitu jumlah distributor yang masih terbatas. Dengan banyaknya pesaing yang membuat distributor maupun konsumen memiliki banyak pilihan, maka perusahaan dapat melakukan integrasi horizontal dengan bekerja sama dengan pesaing untuk memenuhi kebutuhan atau demand dari pasar.</p>

	<p>Estate mudah ditiru</p> <p>5. Seringnya terjadi sengketa tanah sering membuat pengadaan bahan baku menjadi terhambat</p>	<p><b>S3, T5</b></p> <p>Perusahaan saat ini sudah memiliki rekanan kerja sama dengan distributor-distributor ternama. Dengan adanya ancaman mengenai terjadinya sengketa tanah yang membuat pengiriman barang sering telat, perusahaan dapat membuka cabang baru di daerah yang baru untuk tetap menjaga kestabilan pemasukan saat proses di daerah yang sedang dijalankan di tempat lain sedang bermasalah.</p>	
--	---	--	--

Sumber: diolah oleh penulis

### Analisis Matriks IE

Matriks IE digunakan untuk menjabarkan alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh perusahaan dilihat dari total score pada matriks IFE dan EFE. Dari hasil ini akan ditemukan beberapa alternatif strategi yang dapat dijalankan. Berikut penggambaran matriks IE pada PT XYZ:



Sumber: diolah oleh penulis

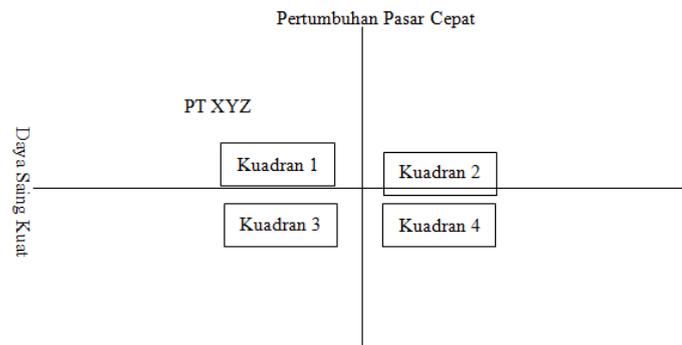
**Gambar.1**

### Hasil Analisis Matriks IE

Melihat dari matriks IE di atas terlihat bahwa nilai IFE & EFE yang disatukan terletak pada kolom tengah yaitu kuadran 5, dimana pada kuadran strategi yang sesuai untuk dijalankan adalah strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan pasar.

### Analisis Matriks Grand Strategi

Analisis matriks Grand Strategi digunakan untuk menentukan alternatif strategi dari perusahaan dilihat dari dua sudut pandang yaitu dari sudut pandang pertumbuhan pada industri yang dijalankan dan sudut pandang dari posisi perusahaan dalam persaingan dengan perusahaan lain. Dari sudut pandang daya saing, saat ini perusahaan telah memiliki kekuatan saing yang cukup baik terlihat dari nilai IFE dan EFE yang berada di atas 2.5. Oleh karena itu berikut penggambaran matriks Grand Strategy pada PT XYZ:



Sumber: diolah oleh penulis

Gambar.2

### Hasil Matriks Grand Strategi

Dari gambar di atas, maka PT XYZ berada di kuadran 1 dimana alternatif strategi yang dapat dijalankan pada kuadran 1 adalah pengembangan pasar, penetrasi pasar, pengembangan produk, integrasi kedepan, integrasi kebelakang, integrasi horizontal dan diversifikasi konsentrik.

### Analisis Matriks QSPM

Tahap terakhir dalam merekomendasikan strategi untuk meningkatkan daya saing adalah Matriks QSPM. Penentuan alternatif strategi yang dapat dijalankan dari matriks QSPM dilihat dari tahap pencocokan yang meliputi matriks SWOT, IE dan Grand Strategy. Dari hasil pengolahan data, dapat disimpulkan strategi yang dapat digunakan untuk diolah pada matriks QSPM adalah sebagai berikut:

Dari tabel di atas, maka alternatif strategi yang akan digunakan oleh PT XYZ adalah penetrasi pasar, pengembangan pasar dan integrasi horizontal. Berikut penggambaran hasil matriks QSPM PT XYZ:

**Tabel.5**  
**Hasil Analisis Matriks QSPM**

Faktor	Bobot	Penetrasi Pasar		Pengembangan Pasar		Integrasi Horizontal	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Memiliki jumlah karyawan yang memadai	0,113	3	0,339	4	0,452	2	0,226
Mesin pabrik yang dirakit sendiri dengan bahan baku dari Jepang	0,095	4	0,38	3	0,285	3	0,285
Memiliki rekanan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan ternama	0,083	4	0,332	3	0,249	4	0,332
Lokasi kantor pusat yang strategis	0,079	4	0,316	3	0,237	4	0,316
Memiliki keunikan produk dibandingkan dengan produk pesaing	0,063	4	0,252	2	0,126	2	0,126
Memiliki cabang di luar negeri	0,056	4	0,224	2	0,112	2	0,112
Sudah memiliki standarisasi ISO	0,048	4	0,192	4	0,192	3	0,144
Sistem pemasaran yang masih	0,045	2	0,09	4	0,18	4	0,18

terbatas							
Tidak memiliki tenaga kerja atau buruh lapangan	0,038	2	0,076	4	0,152	2	0,076
Sistem pembayaran yang sangat ketat	0,124	1	0,124	1	0,124	2	0,248
Lokasi pabrik yang terlalu jauh dari perkotaan	0,028	1	0,028	4	0,112	4	0,112
Jumlah distributor yang masih terbatas	0,174	1	0,174	4	0,696	4	0,696
Tidak memiliki kerja sama dengan pemerintah	0,024	1	0,024	3	0,072	4	0,096
Belum memiliki keunikan produk tersendiri	0,028	1	0,028	2	0,056	1	0,028
Pertumbuhan industri Real Estate di Indonesia	0,109	2	0,218	4	0,436	1	0,109
Pasar yang sangat luas pada industri pengadaan bahan baku Real Estate	0,084	2	0,168	4	0,336	3	0,252
Tingginya new entry barrier untuk masuk ke dalam industri pengadaan bahan baku Real Estate	0,089	2	0,178	2	0,178	3	0,267
Terdapat banyak supplier yang dapat menjadi pilihan perusahaan yang bergerak di industri Real Estate	0,073	1	0,073	3	0,219	3	0,219
Tidak ada produk substitusi pada industri Real Estate	0,056	2	0,112	3	0,168	1	0,056
Banyaknya pesaing membuat distributor dan konsumen memiliki banyak pilihan	0,054	3	0,162	3	0,162	3	0,162
Harga Dollar yang tidak stabil	0,202	1	0,202	1	0,202	2	0,404
Risiko yang sangat besar apabila terjadi kesalahan atau cacat produksi	0,045	1	0,045	1	0,045	1	0,045
Produk di industri pengadaan bahan baku Real Estate mudah ditiru	0,037	1	0,037	2	0,074	1	0,037
Seringnya terjadi sengketa tanah sering membuat pengadaan bahan baku menjadi terhambat	0,25	1	0,25	4	1	1	0,25
			4,024		5,865		4,778

Sumber: diolah oleh penulis

Dari hasil analisis dengan matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix), ditemukan bahwa perusahaan dapat menerapkan strategi pengembangan pasar. Implikasi strategi pengembangan pasar dengan daya saing adalah dimana dengan adanya pasar baru di wilayah geografis baru, maka, perusahaan akan memiliki pangsa pasar yang baru. Dengan keadaan ini, maka perusahaan dapat membangun kekuatan baru di wilayah baru dimana di wilayah tersebut, apabila PT XYZ adalah perusahaan baru yang mendistribusikan produk di wilayah tersebut, maka PT XYZ akan menjadi pemimpin pasar di daerah tersebut, dan secara tidak langsung, akan memperkuat daya saing perusahaan secara global atau luas.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil analisis yang telah dijalankan, maka berikut beberapa simpulan yang dapat dijabarkan dalam penelitian ini:

1. Keadaan internal dari PT XYZ saat ini menunjukkan bahwa PT XYZ saat ini sudah berhasil memaksimalkan kekuatan dengan meminimalisasi ancaman. Kekuatan utama dari PT XYZ saat ini adalah jumlah karyawan yang memadai dengan kelemahan utama dari PT XYZ saat ini adalah tidak adanya buruh lapangan.
2. Keadaan eksternal dari PT XYZ saat ini menunjukkan bahwa PT XYZ saat ini sudah berhasil memanfaatkan peluang dengan menghindari ancaman. Peluang utama dari PT XYZ saat ini adalah pertumbuhan industri real estate di Indonesia. Sedangkan ancaman utama dari PT XYZ saat ini adalah produk real estate yang mudah ditiru.
3. Penerapan strategi yang paling tepat untuk diterapkan oleh PT XYZ adalah pengembangan pasar. Implikasi strategi pengembangan pasar dengan daya saing adalah dimana dengan adanya pasar baru di wilayah geografis baru, maka, perusahaan akan memiliki pangsa pasar yang baru. Dengan keadaan ini, maka perusahaan dapat membangun kekuatan baru di wilayah baru dimana di wilayah tersebut, apabila PT XYZ adalah perusahaan baru yang mendistribusikan produk di wilayah tersebut, maka PT XYZ akan menjadi pemimpin pasar di daerah tersebut, dan secara tidak langsung, akan memperkuat daya saing perusahaan secara global atau luas.

Dari simpulan penelitian tersebut, maka saran yang dapat diberikan kepada PT XYZ adalah:

1. PT XYZ disarankan untuk menerapkan strategi pengembangan pasar dengan membuka cabang baru di wilayah baru, dimana di wilayah tersebut, apabila PT XYZ adalah perusahaan baru yang mendistribusikan produk di wilayah tersebut, maka PT XYZ akan menjadi pemimpin pasar di daerah tersebut, dan secara tidak langsung, akan memperkuat daya saing perusahaan secara global atau luas.
2. Apabila strategi pengembangan pasar sudah dijalankan, PT XYZ juga memiliki alternatif lain seperti strategi integrasi horizontal dengan mengakuisi atau bekerja sama dengan perusahaan pesaing dalam menjalankan kegiatan operasional dan penetrasi pasar dengan melakukan promosi secara besar-besaran di pasar atau konsumen saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, Haldi B. (2017, Februari 10). Sektor Konstruksi Penyumbang Ketiga Pertumbuhan Ekonomi Nasional. Kompas.com
- Ardakani, Ardakani, Ghermezi, danSafae, 2012. World Music Industry Based on PETSEL Analysis; the Case of Hi-Fi. *Journal of American Science*, 2012;8(5)
- Bardi, HidayatdanHidayat, Paidi. (2015). Analisa Daya Saing Ekonomi Kota Tebing Tinggi. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 3 No. 7*
- Bratadharma, Angga. (2017, juni 15). The Fed Putuskan Naikan Suku Bunga Menjadi 1,25%. *MediaIndonesia.com*
- Christopher &Schooner, (2007).“Incrementalism: Eroding the Impediments to a Global PublicProcurement Market”, *Journal of International Law*, 529-529.
- Daft, Richard L. and Marcic,Dorothy. 2017. *Understanding Management 10<sup>th</sup> Edition*. Ohio: South-Western, Cengage Learning.
- David, Fred R. 2014. *ManajemenStrategis: Konsep (Edisi Dua Belas)*. Terjemahan oleh Dono Sunardi. 2014, Salemba Empat, Jakarta.
- Haryotejo, Bimo. Kusumawardhani, Amie. (2015). Analisis Pengaruh Kinerja Logistik Pemasok Terhadap Kinerja Bisnis. *Diponegoro Journal of Management*. Volume 4, No. 3
- Hill, Charles W. L. andJones, Gareth R. 2012. *Strategic Management: An Integrated Approach*. South Western. Cengage Learning
- Moch. Mizanul Achlaq. 2011. Pengertian Procurement serta tugas dan tanggung jawab procurement.
- Osita, Ifediora Christian. Onyebuchi, Idoko R. Justina, Nzekwe. 2014. Organization’s Stability and Productivity:the Role of SWOT Analysis an Acronym for Strength, Weakness, Opportunities and Threat. *International Journal of Innovative and Applied Research*, Volume 2, Issue (9):23-32
- Pambudi, Edu. S. Kom. (2015, September 14). 16 Pengertian Teknologi Menurut Para Ahli. *DosenIT.com*
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary.(2016). *Manajemen (edisi ketigabelas)*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Yunus, Eddy (2016). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Andi Offset

