

## ABSTRACT

PT. Kurnia Manunggal Sejahtera (PT. KMS) is a subcontracting company in the industrial component. Founded in 2003 in Bekasi, West Java. The main component are produced is a gas stove component, orders from gas stove manufacturers Quantum and Bluegas brand. Besides that, the company also received orders of automotive components but the volume is only about 3% of total company sales

In 2007 the government launched a program of energy conversion, is to replace the consumption of oil into gas. The main target of this program is to replace the consumption of kerosene for household needs. Therefore, the government through PT. Pertamina to supply gas stoves and gas cylinders on a large scale. By the implementation of the program, PT KMS get many orders of the gas stove component from the company that winning the auction. The peak is in 2009, company sales reached 16 billion and almost 50% contributed by the project.

In 2010 the energy conversion program is expected to expire. With the end of the project, the company's sales will be reduced significantly. It will impact badly on the company's revenue which the company will experience substantial losses. Therefore we need a solution to raise the company's sales.

Some plans are made, is to continue the manufacture of components for gas stove-counter (for free market, not through the company winning the auction) or developing the automotive components market, which has been less company's attention.

Developing automotive components market is very possible alternative, because this is a best opportunities and the company already has experience in producing these components. The demand of the motorcycle and automobile increased very rapidly is about 20% per year. Besides that, economic growth and a good political situation can support the company's plan.

Internal factors also affect the success of this plan. Some strengths and weaknesses should be anticipated to obtain the opportunities and avoid threats. Strategies must be developed in line with corporate goals and objectives. Then translated into a work program and action plan to be run. Finally, by a good plan, the goal can be achieved.

## ABSTRAK

PT. Kurnia Manunggal Sejahtera (PT.KMS) adalah perusahaan subkontrak pada industri komponen. Berdiri pada tahun 2003 di Bekasi, Jawa Barat. Komponen utama yang diproduksi adalah komponen kompor gas, pesanan dari produsen kompor merek Quantum dan Blugas. Selain itu, perusahaan juga mendapat pesanan komponen otomotif, tetapi jumlahnya hanya berkisar 3% dari total penjualan.

Pada tahun 2007 pemerintah mencanangkan program konversi energi yaitu mengganti konsumsi minyak tanah menjadi gas. Target utama program ini adalah mengganti konsumsi minyak tanah kebutuhan rumah tangga. Untuk itu pemerintah melalui PT. Pertamina melakukan pengadaan kompor gas dan tabung gas secara besar-besaran. Dengan diberlakukannya program tersebut PT KMS mendapatkan banyak pesanan komponen kompor gas dari perusahaan pemenang lelang di pemerintah. Puncaknya yaitu pada tahun 2009, penjualannya mencapai 17 Miliar dan hampir 50% disumbangkan oleh proyek tersebut.

Pada tahun 2010 program konversi energi diperkirakan akan berakhir. Dengan berakhirnya proyek tersebut maka penjualan akan berkurang secara signifikan. Hal tentu berdampak buruk terhadap pendapatan perusahaan dimana perusahaan akan mengalami kerugian yang cukup besar. Oleh karena itu diperlukan solusi untuk menaikkan kembali nilai penjualan.

Beberapa rencana dimunculkan antara lain tetap melanjutkan pembuatan komponen kompor gas untuk dijual bebas (tidak melalui perusahaan pemenang lelang) atau melakukan pengembangan pasar pada komponen otomotif yang selama ini kurang menjadi perhatian.

Melakukan pengembangan pasar pada komponen otomotif adalah alternatif yang sangat mungkin dijalankan karena melihat peluang pada industri ini sangat besar dan perusahaan telah mempunyai pengalaman dalam memproduksi komponen tersebut. Permintaan kendaraan bermotor baik roda dua maupun roda empat meningkat sangat pesat yaitu rata-rata 20% pertahun. Selain itu perkembangan ekonomi dan politik nasional yang cenderung membaik akan sangat mendukung bagi rencana perusahaan tersebut.

Faktor internal perusahaan juga sangat berpengaruh terhadap keberhasilan rencana ini. Beberapa kekuatan dan kelemahan harus diantisipasi guna menangkap peluang dan mengatasi ancaman yang ada. Strategi harus disusun seiring dengan tujuan dan sasaran perusahaan. Kemudian dijabarkan kedalam program kerja serta rencana aksi (action plan) yang akan dijalankan. Akhirnya dengan perencanaan yang matang diharapkan tujuan perusahaan dapat tercapai.