

ABSTRAK

Supply Chain Indonesia memproyeksikan pertumbuhan ruangan pendingin di Indonesia sebesar 1,7 juta ton, naik 30% dari tahun 2015. Tapi saat ini *cold storage* yang tersedia hanya 200.000 ton sehingga membutuhkan penambahan hingga 1,5 juta ton (*Supply Chain & Logistic Review*, April 2017). Pertumbuhan kapasitas tersebut meningkat lebih dari 2 kali kapasitas yang sekarang tersedia di pasar. Namun besarnya kebutuhan *cold storage* tiap tahun yang ada di industri tidak berbanding lurus dengan prestasi yang dibukukan oleh CV Koronka Nusantara dalam 5 tahun terakhir dimana penjualan mengalami fluktuasi dan memiliki tren menurun. Penelitian mengenai strategi bisnis dapat memberikan penjelasan yang lebih lengkap mengenai peluang industri *cold storage* di Indonesia, ancaman kompetitor, memberikan gambaran kekuatan dan kelemahan perusahaan dan mampu memberikan pilihan strategi yang sesuai dan rencana pelaksanaan strategi tersebut. Peluang di dapat dari analisis makro pada bidang politik, ekonomi dan teknologi. Hambatan dalam industri berupa pelemahan nilai tukar Rupiah, masih kurangnya konsumsi daging beku dan juga masalah pelestarian lingkungan. Hambatan dari sisi industri fabrikasi *cold storage* adalah rendahnya loyalitas pelanggan, masuknya competitor baru dan jumlah pemasok yang terbatas. Kekuatan CV Koronka Nusantara adalah di aspek operasional. Sedangkan kelemahan dari perusahaan ada pada aspek SDM dan pemasaran. Untuk menghadapi kondisi tersebut CV Koronka Nusantara hendaknya lebih memiliki alternatif strategi penetrasi pasar dengan prioritas yang lebih tinggi dibandingkan dengan alternatif strategi pengembangan produk.

Kata Kunci : strategi bisnis, industri fabrikasi *cold storage*, pengembangan produk, penetrasi pasar, penambahan tenaga sales

ABSTRACT

Indonesia's supply chain projects the growth of refrigeration space in Indonesia to reach 1.7 million tons, up 30% from 2015. But currently available cold storage is only 200,000 tons so it requires an addition of up to 1.5 million tons (Supply Chain & Logistics Review, April 2017). Such capacity growth has increased more than 2 times the capacity currently available on the market. However, the amount of cold storage needs per year in the industri is not directly proportional to the achievement recorded by CV Koronka Nusantara in the last 5 years where sales have fluctuated and have a downward trend. Research on business strategies can provide a more complete explanation of the opportunities for the cold storage industri in Indonesia, the threat of competitors, provide an overview of the company's strengths and weaknesses and be able to provide a choice of appropriate strategies and plans for implementing the strategy. Opportunities can be obtained from macro analysis in the fields of politics, economics and technology. Industri barriers in the form of weakening of the Rupiah exchange rate, still lack of consumption of frozen meat and also environmental conservation issues. Obstacles from the fabrication industri side of cold storage are low customer loyalty, the entry of new competitors and a limited number of suppliers. The strength of CV Koronka Nusantara is in the operational aspects. While the weaknesses of the company are in the HR and marketing aspects. To deal with these conditions, CV Koronka Nusantara should have an alternative Market Penetration strategy with a higher priority compared to alternative product development strategies.

Keyword : business strategy, cold storage fabrication, product development, market penetration, addition of sales force