



**TINJAUAN TERHADAP STRATEGI PEMASARAN
TEPUNG TERIGU DI PT. INDOFOOD SUKSES
MAKMUR BOGASARI *FLOUR MILLS***



BENNY CHRISMANTO
55113320058
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**



**TINJAUAN TERHADAP STRATEGI PEMASARAN
TEPUNG TERIGU DI PT. INDOFOOD SUKSES
MAKMUR BOGASARI *FLOUR MILLS***

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

BENNY CHRISMANTO
55113320058
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**

ABSTRACT

At first Indonesian wheat flour industry was highly regulated and monopolized by our company PT Indofood Sukses makmur Bogasari Flour Mills. After the government change its policy, the monopoly wheat flour industry was released. This study did strategic planning for the development of appropriate marketing strategies and optimal PT Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills as the market leader in the wheat flour business so that it can maintain its position as market leader and increase market share. This thesis analyses the key success factors of how Bogasari flour mills company entering Indonesian market. Then, the interesting part is the segmentation, targeting and positioning process by the company PT Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour mills done in analyzing market wheat flour industry in Indonesia. The method that use in this research is qualitative research through information gathering form in depth interview with general manager of PT Indofood Sukses Makmur Bogasari Flour Mills to get all the answer of the hard question and have clearer understanding about the company strategy.

Keywords : Strategic Planning, Market Leaders, Market Share, Marketing Strategy

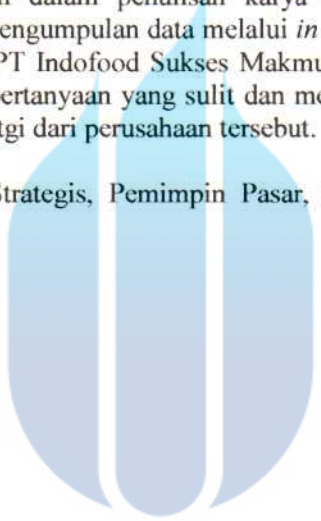


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Pada awalnya industri tepung terigu di Indonesia dimonopoli oleh PT Indofood Sukses Makmur Bogasari *Flour Mills*, namun setelah adanya undang-undang tataniaga gandum dan tepung terigu maka monopoli di industri tersebut dilepaskan, studi ini melakukan perencanaan strategis untuk pengembangan strategi pemasaran yang tepat dan optimal. PT Indofood Sukses Makmur Bogasari *Flour Mills* sebagai pemimpin pasar pada bisnis tepung terigu dapat mempertahankan posisi dan juga meningkatkan pangsa pasar. Karya akhir ini akan membahas faktor-faktor kesuksesan dan keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Bogasari *Flour Mills*, kemudian hal yang menarik adalah proses segmentasi, *targeting* dan *positioning* yang dilakukan oleh perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Bogasari *Flour Mills* dalam menganalisa pasar dan industri tepung terigu di Indonesia. Adapun metode penelitian yang dipergunakan dalam penulisan karya akhir ini adalah riset kualitatif dengan melakukan pengumpulan data melalui *in depth interview* dengan general manager perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Bogasari *Flour Mills* untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sulit dan mendapatkan pemahaman yang lebih jelas mengenai strategi dari perusahaan tersebut.

Kata Kunci : Perencanaan Strategis, Pemimpin Pasar, Pangsa Pasar, Strategi Pemasaran



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Tepung Terigu di PT.
Indofood Sukses Makmur Bogasari *Flour Mills*.
Bentuk Tesis : Penelitian Perusahaan
Nama : Benny Chrismanto
NIM : 55113320058
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 19 Mei 2016

Mengesahkan
Pembimbing



Dr. Ir. Triyanto, MBA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Prof. Dr. Didik J. Rachbini



Dr. Augustina Kurniasih, ME

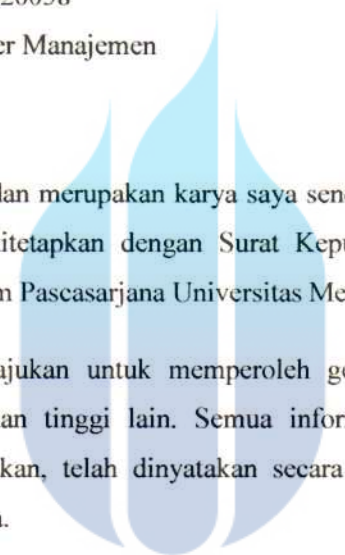
PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Tepung Terigu di PT. Indofood Sukses Makmur Bogasari *Flour Mills*.
Bentuk Tesis : Penelitian Perusahaan
Nama : Benny Chrismanto
NIM : 55113320058
Program : Magister Manajemen
Tanggal :

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

29-04-2016
Jakarta,  
Benny Chrismanto

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa serta atas segala rahmat dan karunianya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : “Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Tepung Terigu di PT Indofood Sukses Makmur Bogasari *Flour Mills*.”

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Bekasi. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

- 1) Dr. Ir Triyanto, MBA, sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
- 2) Dr. Achmad Fachrodji, MM. selaku Penguji pada Seminar Proposal.
- 3) Dr. Bambang Dwi Hartono, MA selaku Penguji pada Ujian Tesis.
- 4) Prof. Dr. Didik J. Rachbini, Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.
- 5) Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
- 6) Seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
- 7) Kedua orang tua K. Hutagalung – Br. Sitompul dan Mertua V Tambunan – Br. Lumban Pea telah memberikan dukungan material, moral dan doanya.

- 8) Julianti A.M. Tambunan, S.Pd, dibalik kesuksesan seorang pria ada wanita yang hebat dibelakangnya dan itu istri tercinta saya yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini, terimakasih untuk doa, semangat sayang dan semuanya.

Kiranya hasil penulisan ini dapat member sumbangsih dalam masalah pengembangan pasar modal di Indonesia.

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSTRAK.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN.....	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Perumusan Masalah	10
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	11
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan	12
2.2. Visi, Misi dan Nilai Perusahaan.....	15
2.3. Lingkup Bidang Usaha.....	17
2.3.1. Cakra Kembar	18
2.3.2. Segitiga Biru	18
2.3.3. Kunci Biru.....	19
2.3.4. Lencana Merah.....	19
2.3.5. Taj Mahal	19
2.3.6. Chesa.....	20
2.3.7. La Fonte	20

2.4. Sumber Daya.....	20
2.5. Tantangan Bisnis Perusahaan (Industri)	24
2.6. Proses Bisnis Perusahaan	25

BAB III. KAJIAN PUSTAKA DAN RERANGKA PEMIKIRAN

3.1. Pemahaman Strategi Pemasaran	30
3.1.1. Definisi	30
3.1.2. Strategi Pemasaran	35
3.2. Analisa <i>Value, Rarity, Imitability and Organization</i> (VRIO).....	43
3.3. Strategi Penetapan Harga	44
3.4. Penelitian Terdahulu	47
3.5. Rerangka Pemikiran	54

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1. Jenis/Desain Penelitian.....	56
4.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	59
4.3. Lokasi Penelitian.....	59
4.4. Pendekatan Penelitian	59
4.5. Informan/Responden Penelitian	62
4.6. Jenis dan Sumber Data Penelitian	63
4.7. Teknik Pengumpulan Data.....	66
4.8. Metode Analisa Data.....	68

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Analisa Situasi Strategis.....	71
5.1.1. Visi, Struktur dan Analisa Pasar	71
5.1.2. Segmentasi	77
5.1.3. Pembelajaran Mengenal Pasar Secara Terus-menerus	80
5.2. Desain Strategi Orientasi Pasar	81
5.2.1. Target Pasar dan Strategi Posisi	81
5.2.2. Strategi Hubungan Pemasaran	82

5.2.3. Perencanaan Produk Baru.....	84
5.3. Pengembangan Program Pemasaran	84
5.3.1. Strategi Manajemen Produk/ <i>Brand</i>	85
5.3.2. Strategi Distribusi	87
5.3.3. Strategi Promosi	90
5.4. Strategi Implementasi dan Pengelolaan Strategi Pasar	90
5.4.1. Mendesain Perusahaan Berorientasi Pasar dengan Efektif	91
5.4.2. Strategi Implementasi dan Kontrol	92
5.5. Analisa <i>Value, Rarity, Imitability and Organization</i> (VRIO).....	93
 BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	97
6.2. Saran.....	99
 DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	102
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	107

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Protokol Wawancara	64
Tabel 4.2. Borang Wawancara dengan Para Responden.....	65
Tabel 5.1. <i>Marketing Share</i> Terigu Nasional 2012.....	74



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Pola Distribusi Tepung Terigu Pada Tahun 2000	3
Gambar 1.2. Peta Persaingan Tepung Terigu Tahun 1999	4
Gambar 1.3. Peta Persaingan Tepung Terigu Tahun 2009	4
Gambar 1.4. Kapasitas Produksi Perusahaan Produsen Tepung Terigu di Indonesia /Hari	5
Gambar 1.5. Penurunan Pangsa Pasar PT Bogasari	6
Gambar 2.1 Pasar Terigu.....	14
Gambar 2.2. Top 10 Produsen Tepung Terigu.....	18
Gambar 2.3. Struktur Organisasi PT ISM Bogasari.....	23
Gambar 2.4. Proses Bisnis PT Indofood Sukses Makmur Bogasari <i>Flour Mills</i> Tahun 2014.....	25
Gambar 2.5. Proses Publikasi Kegiatan Program <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i>	28
Gambar 3.1. Enam Langkah Proses Manajemen Strategis	34
Gambar 3.2. Lima Tahap dalam Strategi Pemasaran.....	35
Gambar 3.3. Pengembangan Posisi Strategi	40
Gambar 3.4. Rerangka Pemikiran.....	55
Gambar 5.1. Peta Wilayah Pabrik Gandum	75
Gambar 5.2. Jenis-Jenis Tepung Terigu.....	78
Gambar 5.3. Proses Bisnis PT Indofood Sukses Makmur Bogasari <i>Flour Mills</i> Tahun 2014.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara Responden	102

