



UNIVERSITAS MERCU BUANA

**ANALISIS PENGARUH PERUBAHAN PRODUK DARI
ALKOHOL MENJADI NON ALKOHOL TERHADAP
VOLUME PENJUALAN & STRATEGI PEMASARAN
GREEN SANDS PADA PT. MULTI BINTANG
INDONESIA, Tbk. (MBI)**

TESIS

Diajukan

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi
Program Magister Manajemen
Universitas Mercu Buana**

MERCU BUANA

Oleh :

SITTI RAKHMAN, SP.
NIM 131.03.009

**PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA, 2004**



UNIVERSITAS MERCU BUANA

**ANALISIS PENGARUH PERUBAHAN PRODUK
DARI ALKOHOL MENJADI NON ALKOHOL
TERHADAP VOLUME PENJUALAN & STRATEGI
PEMASARAN GREEN SANDS PADA PT. MULTI
BINTANG INDONESIA, Tbk. (MBI)**

TESIS

Oleh **UNIVERSITAS**

SITTI RAKHMAN, SP.
NIM 131.03.009

**PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA, 2004**

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. PERMASALAHAN	6
1.3. TUJUAN PENELITIAN	7
1.4. METODOLOGI ANALISIS	8
1.5. METODOLOGI PENELITIAN	9
1.6. SISTEMATIKA PENULISAN	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. PENGERTIAN PEMASARAN & BAURAN PEMASARAN.....	12
2.2. PENGERTIAN STP.....	19
2.3. PENGERTIAN STRATEGI PEMASARAN	35
2.4. MACAM STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN.....	36
2.5. KONSEP PERUMUSAN STRATEGI.....	44
2.6. ANALISA EKSTERNAL PERUSAHAAN.....	49
2.7. ANALISA INTERNAL PERUSAHAAN.....	56
BAB III PERKEMBANGAN INDUSTRI SOFT DRINK & INDUSTRI MINUMAN PT. MULTI BINTANG INDONESIA, Tbk (MBI)	58

3.1.	SEJARAH INDUSTRI SOFT DRINK INDONESIA	58
3.2.	PELUANG PRODUKSI SOFT DRINK.....	65
3.3.	HAMBATAN INDUSTRI SOFT DRINK.....	68
3.4.	GAMBARAN UMUM PT. MULTI BINTANG INDONESIA, Tbk (MBI)...	72
3.5.	PRODUK & DISTRIBUSI PT MBI	75
3.6.	PRODUKSI GREEN SANDS BERNILAI TINGGI.....	78
3.7.	PENINGKATAN MUTU DAN NILAI PRODUKSI GREEN SANDS MELALUI PENGELOLAN 4.P (<i>PRODUCT, PRICE, PLACE DAN PROMOTION</i>	80
3.8.	SEGMENTASI, TARGETING DAN POSITIONING (STP).....	84
3.9.	PROSPEK USAHA PERUAHAAN.....	86
BAB IV	ANALISIS & PEMBAHASAN	88
4.1.	ANALISIS PENGARUH PERUBAHAN PRODUK DARI ALKOHOL MENJADI NON ALKOHOL TERHADAP VOLUME PENJUALAN GREEN SANDS.....	88
4.2.	ANALISA PERUSAHAAN DAN POSISI PERSAINGAN.....	98
4.3.	STRATEGI PEMASARAN GREEN SANDS PT. MBI.....	113
4.3.1.	Analisa Segmentasi dan Targeting & Positioning.....	115
4.3.2.	Marketing Mix.....	118
4.3.3.	Analisa BCG Matrix & Market Chalenger Strategy	128
4.3.4.	Analisa Product Lyfe Cycle & Introduction Strategy.....	141
4.3.5.	Analisa SWOT.....	148
4.4.	STRATEGI PEMASARAN DALAM PASAR INTERNASIONAL.....	163
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	175
5.1.	KESIMPULAN.....	175
5.2.	SARAN.....	177
DAFTAR PUSTAKA		179

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur hanya dipanjatkan kepada ALLAH SWT atas segala karunia dan rahmat-Nya serta salam salawat kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Tesis ini dibuat untuk sebagian syarat untuk menyelesaikan studi Magister Manajemen, pada program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta, dengan judul **“Analisis Pengaruh Perubahan Produk Dari Alkohol Menjadi Non Alkohol serta Strategi Pemasaran Green Sands Pada PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk. (MBI)”**.

Dengan telah selesainya tesis ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sangat mendalam kepada :

1. Yth. Bpk. Dr. Ir. H. Suharyadi, MS. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta, yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk mengikuti perkuliahan di Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana dan menyelesaikan Tesis ini.
2. Yth. Bpk. Prof. Dr. Laode M. Kamaluddin, M.Sc.M.Eng. yang memberikan izin dan motivasi dan mengikuti perkuliahan di Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

3. Yth. Bpk. Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc. Ph.D. selaku Direktur Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dorongan dan motivasi untuk segera menyelesaikan studi.
4. Yth. Bpk. Drs. Hadi Prayitno, MM. yang telah memotivasi untuk mengikuti perkuliahan di Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Yth. Bapak Dr. Bachtiar Saleh Abbas selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan arahan, penjelasan dan makna yang mendalam dalam memberikan masukan dan bimbingan kepada penulis sehingga tesis ini bisa dirampungkan.
6. Yth. Bapak Sony Sutedjo, MM selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan kepada penulis dari awal sampai akhir proses penulisan tesis ini.
7. Yang tercinta suamiku Mas Ari Pujiatno, S.Pd. yang telah memberikan semangat, motivasi bantuan materil maupun moril serta do'a yang tulus sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini.
8. Yang terkasih mama, bapak dan mertua dengan segala do'a dan perhatiannya yang tulus.
9. Rekan-rekan Administrasi pendidikan, teman-teman mahasiswa yang telah membantu kelancaran penulisan tesis ini.

10. Pimpinan dan Staf PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk. (MBI), yang telah memberikan bantuan bahan-bahan maupun data dalam penulisan tesis ini.
11. Terkhusus kepada Bpk. Sakti Ponco P. (bagian personalia PT. MBI) dan Bpk. Johanes Bima selaku Brand Manager Green Sands yang telah bersedia memberikan bantuan bahan-bahan maupun data dalam penulisan tesis ini.
12. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, dan memerlukan kajian lebih lanjut yang mendalam, namun penulis berharap semoga karya akhir ini dapat memberikan masukan yang berguna bagi PT Multi Bintang Indonesia, Tbk (MBI) khususnya untuk produk Green Sands sehingga nantinya tetap survive dalam persaingan dunia usaha, juga dapat berguna bagi para pembaca pada umumnya serta bagi penelitian selanjutnya.

Semoga tesis ini bermanfaat bagi pengembangan bisnis di Indonesia, serta almamater Universitas Mercu Buana Jakarta.

Jakarta, 14 Oktober 2004

Penulis

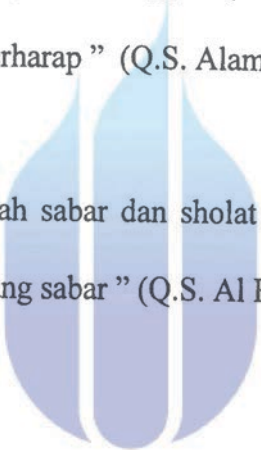
SITTI RAKHMAN, SP.

Bismillahirrohmanirrohim
Dengan Menyebut nama ALLAH Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang

” Serukah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan Pelajaran yang baik dan bantahlah dengan cara yang baik ” (Q.S. Anhl/16:125).

” Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh – sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap ” (Q.S. Alam Nasyrah /94 : 6-8).

” Hai orang – orang yang beriman , jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya ALLAh beserta orang – orang yang sabar ” (Q.S. Al Baqarah /2 : 153).



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Untuk :
Untuk Mama, Bapak dan Mertua yang kusayangi, kucintai dan kuhormati
Yang menginginkan anaknya berada dalam Lindungan Allah SWT.,
Juga tak lupa yang kusayangi dan kucinta suamiku mas Arii Pujiatno, S.Pd. yang selalu
memberi semangat, dorongan, motivasi, materil, moril dan do'a kepadaku.

ABSTRAK

Industri soft drink di Indonesia pada saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Selain ditandai dengan adanya perusahaan-perusahaan yang melakukan pengembangan dan perluasan industri minuman di Indonesia, juga terlihat dengan permintaan pasar akan konsumsi soft drink yang meningkat dari tahun ketahun.

Produk Green Sands PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk. (MBI) di Indonesia telah >22 tahun diluncurkan (1982) sebagai minuman shandy (alkohol 1%), awalnya cukup diterima pasar, namun perkembangannya lambat laun makin menurun, kemudian Agustus 2002 produk Green Sands dirubah menjadi produk Non Alkohol yang bermain si segmen pasar soft drink, Green Sands selain dipasarkan di dalam negeri juga sebagian produksinya 5% dari total produksi di ekspor ke luar negeri yaitu negara Eropa, Australia dan Afrika. Pemasaran Green Sands di Indonesia selama ini mengandalkan jalur pemasaran secara tradisional yang memang sudah sejak lama ada dengan keberadaan PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk. (MBI) di

Indonesia,> 73 tahun (21 Nopember 1931), terobosan pasar terus dilakukan oleh manajemen MBI. namun usaha ini perlu memperhatikan adanya pesaing utama/market leader soft drink yang cukup kuat dan telah mendahului menguasai pasar misalnya Coca Cola, Spite, Fanta dan Teh Botol Sosro. Selain itu tumbuhnya industri baru dan industri substitusi yang merupakan saingan potensial industri soft drink perlu diperhatikan dan diperhitungkan.

Pada analisis pengaruh perubahan produk dari alkohol menjadi non alkohol terhadap volume penjualan Green Sands pada PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk. (MBI) nampak bahwa volume penjualan meningkat dengan perubahan menjadi non alkohol, hal ini selain didukung oleh kondisi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama islam (mengharamkan alkoho), juga karena dengan perubahan produk menjadi non alkohol, Green Sands dimungkinkan untuk pengelolaan 4.P (*product, price, place* dan *promotion*) yang lebih efektif dan lebih luas, juga dengan posisioning ini segmentasi dan targeting menjadi sangat luas sehingga pangsa pasar yang dijaring juga lebih banyak, hal ini menimbulkan volume penjualan dalam index pertahun meningkat.

PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk. (MBI) sebagai salah satu produsen soft drink Indonesia perlu melakukan langkah antisipasi dalam menghadapi

persaingan. Langkah-langkah antisipasi yang telah dilakukan oleh PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk. (MBI) adalah menciptakan Green Sands yang memiliki kualitas produk yang terjaga dengan standar mutu yang tinggi SHE yaitu produk yang unik dan memiliki cita rasa tersendiri (produk diferensiasi). Hal ini tidak hanya dilakukan dalam rangka menghadapi persaingan terhadap industri soft drink, namun juga dalam rangka menghadapi persaingan terhadap produk substitusi soft drink lainnya seperti minyak aqua, vit, ades dll.

Selain itu PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk. (MBI) perlu meningkatkan kemampuan dari Core Competence yang dimiliki oleh perusahaan dalam industri soft drink terutama dalam melakukan inovasi dan pengembangan produk dengan memanfaatkan kemajuan teknologi produksi yang terbaru.

Industri Soft Drink Indonesia dalam rangka melakukan persaingan pemasaran perlu melakukan strategi-strategi dalam rangka menghadapi persaingan yang telah ada maupun persaingan akibat masuknya pendatang baru.

Dalam menerapkan strategi persaingan pemasaran industri soft drink PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk. (MBI), perlu melakukan analisis eksternal maupun internal perusahaan baik analisis industri soft drink itu sendiri maupun analisis perusahaan terhadap kemampuan yang dimiliki perusahaan. Beberapa cara analisis yang dapat dipakai diantaranya adalah dengan Five Forces analisis, BCG Matriks, Analysis Product Lyfe Cycle (PLC) dan SWOT Analisis.

Sedangkan strategi yang dapat diterapkan oleh PT. Multi Bintang Indonesia, Tbk. (MBI) dalam melakukan persaingan pemasaran diantaranya adalah strategi Differensiasi dan fokus, strategi Market Challenger (Strategy Flank yaitu menyerang market leader), introduction strategy dan strategi ekspor (untuk memperrkuat ekspor yang sudah dilakukan selama ini).

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PENGESAHAN TESIS

JUDUL TESIS : ANALISIS PENGARUH PERUBAHAN PRODUK DARI ALKOHOL
MENJADI NON ALKOHOL TERHADAP VOLUME PENJUALAN
DAN STRATEGI PEMASARAN GREEN SANDS PADA
PT. MULTI BINTANG INDONESIA, Tbk. (MBI)

NAMA MAHASISWA : SITTI RAKHMAN, SP.

NIM : 131.03.009

Tesis ini Telah Disetujui dan Dipertahankan di Depan Sidang Tim Penguji Program Magister Manajemen,
Program Pasca sarjana Universitas Mercu Buana.

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 14 Oktober 2004

Tempat : Ruang Sidang Program Pascasarjana Magister Manajemen
Universitas Mercu Buana Jalan Menteng Raya No. 29 Jakarta Pusat

Menyetujui
Pebimbing Tesis

Bahtiar S. Abbas, Ph.D.

Mengetahui

Direktur Program Pascasarjana Magister Manajemen

Universitas Mercu Buana



Ir. Dana Santoso, M.Eng. Sc. Ph.D.

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	POSISI PENCAPAIAN SECARA DINAMIS	27
Gambar	2.2	TAHAP MANAJEMEN STRATEGI	46
Gambar	3.5	DISTRIBUTION SET-UP PT. MBI.....	77
Gambar	3.6	FLOW OF GOOD PT MBI.....	77
Gambar	3.7	PROSES PRODUKSI GREEN SANDS.....	79
Gambar	4.1	GRAFIK INDEX PENJUALAN GREEN SANDS DARI TAHUN KE TAHUN.....	89
Gambar	4.2	GRAFIK INDEX PENJUALAN GREEN SANDS DARI BULAN KE BULAN.....	90
Gambar	4.3	PRICE – QUALITY STRATEGY	122
Gambar	4.4	BCG MATRIX	129
Gambar	4.5	PRODUCT LYFE CYCLE (PLC)	141
Gambar	4.6	STRATEGI KOMBINASI HARGA.....	145


 UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1.	Perkembangan Produksi Soft Drink selama tahun 1988 s.d. 1997.....	64
Tabel 3.2.	Orientasi Ekspor Industri Soft Drink	66
Tabel 3.3.	Penyerapan Tenaga Kerja Industri.....	67
Tabel 3.4.	Kandungan Impor Industri Minuman Ringan.....	71
Tabel 3.8.	Alokasi Dana Untuk Kegiatan Promosi Green Sands Non Alkohol PT. MBI (Agustus 2004).....	82
Tabel 3.9.	Perubahan 4.P Green Sands pada PT. MBI	84
Tabel 4.1.	Perubahan STP Green Sands (GS) pada PT. MBI	85
Tabel 4.2.	Penjualan Green Sands dalam index/tahun	89
Tabel 4.6.	Matriks Formulasi Strategi SWOT PT. MBI	158

