

AKSELERASI PRODUK BARU DAN AKUISISI PRODUK PARETO EKSISTING SEBAGAI LANGKAH STRATEGIK DF DI TENGAH PANDEMI COVID

ABSTRAK

***Abstract:** Objective of this research is to develop DF strategy to overcome company performance decline due to loss of sales during Covid-19 pandemic, also due to production volume reduction of MEC and FTG products. During the early stage of the Covid-19 pandemic, global economy experience minus growth. The declining of people's buying power change the customer behaviour. Drugs and supplements was not in the people top of mind in spending their money. DF experience loss of sales in ethical products and production volume reduction. This condition worsen due to two largest unit products, which is MXG and FTG, will be acquired by PT SF gradually. Using management strategy, author analyze IFE and EFE followed by SWOT and TOWS matrix, then develop the right strategy for DF. From SWOT and TOWS analysis, author concluded two main strategies. First is capacity balancing with HJ, which is in danger of not being able to meet consumer demand, due to overload capacity utilization. Second strategy is the acceleration of new products related to Covid-19, which is high demand in the market with very minimum supply. With these two new strategies, DF production volume increase 9% in 2020. Direct Labour/ unit and Factory Overhead/unit cost reduce 13,4% and 12,3% respectively. Overall DF COGS reduce 0,56% in 2020. New product launching strategy also succed to increase net sales 24,84% in 2021.*

***Keywords:** capacity balancing, management strategy, new product strategy*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun strategi DF untuk mengatasi penurunan kinerja perusahaan akibat kerugian penjualan selama pandemi Covid-19, juga karena penurunan volume produksi produk MXG dan FTG. Pada tahap awal pandemi Covid-19, ekonomi global mengalami pertumbuhan minus. Menurunnya daya beli masyarakat mengubah perilaku konsumen. Obat-obatan dan suplemen tidak menjadi pertimbangan utama orang dalam membelanjakan uang mereka. DF mengalami kerugian penjualan pada produk-produk obat resep dokter dan pengurangan volume produksi. Kondisi ini diperparah karena dua unit produk terbesar, yaitu MXG dan FTG, akan diakuisisi oleh PT SF secara bertahap. Dengan menggunakan strategi manajemen, Peneliti menganalisis IFE dan EFE dilanjutkan dengan matriks SWOT dan TOWS, kemudian menyusun strategi yang tepat untuk DF. Dari analisis SWOT dan TOWS, Peneliti menyimpulkan dua strategi utama. Pertama, penyeimbangan kapasitas dengan HJ yang terancam tidak bisa memenuhi permintaan konsumen karena kekurangan kapasitas. Strategi kedua adalah percepatan produk baru terkait Covid-19 yang permintaan pasarnya tinggi dengan pasokan yang sangat minim. Dengan dua strategi baru ini, volume produksi DF meningkat 9% di tahun 2020. Biaya Tenaga Kerja Langsung / unit dan Biaya Overhead Pabrik/unit masing-masing turun 13,4% dan 12,3%. Secara keseluruhan DF COGS turun 0,56% di tahun 2020. Strategi peluncuran produk baru juga berhasil meningkatkan penjualan bersih 24,84% di tahun 2021.

Kata kunci: Keseimbangan kapasitas, peluncuran produk baru, strategi manajemen