

ABSTRAK

Kementrian Perindustrian (Kemenperin) mencatat, sepanjang 2019 penjualan produk air minum dalam kemasan (AMDK) mencapai 33 miliar liter atau naik 10% dibandingkan tahun 2018 yang sebesar 30 miliar liter. Industri Air Minum dalam Kemasan (AMDK) memiliki pangsa pasar yang cukup besar dari kelompok industri minuman ringan, dengan *market share* mencapai 85%. Jumlah industri AMDK di pasaran lebih dari 500 perusahaan, 90% diantaranya merupakan sektor industri kecil menengah (IKM). UD Sri Lestari merupakan salah satu industri kecil menengah (IKM) yang memproduksi air minum dalam kemasan A-Tien dengan hasil produksi dalam kemasan *cup*. UD Sri Lestari merupakan industri kecil menengah yang sedang berkembang dan berupaya untuk merumuskan strategi keunggulan bersaing agar tidak kalah dengan para pesaingnya. Perusahaan pembanding yang akan digunakan adalah CV Gunung Mas Sejahtera yang memproduksi air minum dalam kemasan Sae. Pemilihan CV Gunung Mas Sejahtera didasarkan pada pemasarannya yang lebih luas dan berdiri lebih lama dibandingkan dengan UD Sri Lestari. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui sejauh mana pengaruh komponen teknologi yang dimiliki oleh UD Sri Lestari dan CV Gunung Mas Sejahtera terhadap faktor utama daya saing dan menentukan komponen teknologi yang terlemah serta merancang strategi bersaing yang unggul dalam menghadapi para pesaingnya. Metode yang digunakan adalah metode teknometrik dan SWOT. Pada UD Sri Lestari nilai TCC yang diperoleh sebesar 0,36 dimana perusahaan berada pada tingkat kecanggihan cukup. Sedangkan pada CV Gunung Mas Sejahtera nilai TCC yang diperoleh sebesar 0,53 dimana perusahaan berada pada tingkat kecanggihan baik.

Kata Kunci : Teknometrik, SWOT, Daya saing, AMDK.

ABSTRACT

The Ministry of Industry noted that throughout 2019 sales of bottled drinking water (AMDK) products reached 33 billion liters, an increase of 10% compared to 2018 which amounted to 30 billion liters. The Bottled Water Industry (AMDK) has a sizable market share from the soft drink industry group, with a market share reaching 85%. The number of bottled drinking water industries on the market is more than 500 companies, 90% of which are small and medium industry (IKM) sectors. UD Sri Lestari is one of the small and medium industries (IKM) that produces drinking water in A-Tien packaging with cup packaging. UD Sri Lestari is a small and medium industry that is developing and is trying to formulate a competitive advantage strategy so as not to lose to its competitors. The comparison company that will be used is CV Gunung Mas Sejahtera which produces drinking water in Sae bottles. The selection of CV Gunung Mas Sejahtera was based on its wider marketing and longer standing compared to UD Sri Lestari. The purpose of this study is to determine the extent of the influence of the technological components owned by UD Sri Lestari and CV Gunung Mas Sejahtera on the main factors of competitiveness and determine the weakest technological components and design a competitive strategy that excels in dealing with its competitors. The method used is the technometric method and SWOT. At UD Sri Lestari the TCC value obtained is 0.36 where the company is at a sufficient level of sophistication. While at CV Gunung Mas Sejahtera the TCC value obtained is 0.53 where the company is at a good level of sophistication.

Keywords: Teknometric, SWOT, Competitiveness, AMDK