

Analisa dan perencanaan strategi bersaing dalam menghadapi perubahan lingkungan : studi kasus pada PT. Jaya Obayashi / Batara Purba

Purba, Batara, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20451644&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Salah satu sektor yang paling menderita akibat krisis ekonomi yang berkepanjangan yang melanda Indonesia adalah Jasa Konstruksi. Banyak kontraktor yang tidak kuat menghadapinya, terpaksa menutup usahanya. Penyebabnya adalah menurunnya jumlah proyek yang bisa dikerjakan, yang akhirnya berakibat pula kepada likuiditas kontraktor tersebut.

Tersendatnya bisnis properti, industri manufaktur dan infrastruktur berdampak langsung kepada sektor jasa konstruksi ini.

PT. Jaya Obayashi, salah satu kontraktor besar di Indonesia yang merupakan Joint Venture antara PT. Pembangunan Jaya dengan Obayashi Corporation, juga mengalami penurunan revenue / pendapatan yang cukup signifikan yang dapat mengancam likuiditas perusahaan. Keberadaannya selama 28 tahun di Indonesia, dengan pengalaman yang begitu litas dalam membangun berbagai macam bangunan, ternyata tidak bisa menolong banyak, karena penurunan yang terjadi mengakibatkan revenue / pendapatan hanya mencapai 30-40% dan keadaan normal.

Dalam penulisan Karya Akhir ini, akan digunakan proses manajemen strategi dalam perumusan strategi perusahaan menghadapi kondisi ini, serta persiapan menghadapi masa yang akan datang.

Dimulai dengan menganalisa lingkungan, baik Lingkungan Eksternal maupun Internal, Analisa Pelanggan, Pesaing, Kinerja Perusahaan yang akhirnya dapat merumuskan suatu strategi bersaing yang tepat bagi PT. Jaya Obayashi. Analisa persaingan Kontraktor dilakukan di antara para Kontraktor Jepang pada proyek-proyek investasi Jepang. Hal ini dilakukan mengingat selama beroperasi di Indonesia mayoritas proyek PT. Jaya Obayashi berasal dari investor Jepang dan sebagai pesaing utama adalah kontraktor Jepang. Karena persaingan di antara kontraktor tersebut sudah sangat ketat, maka strategi dibagi berdasarkan jangka waktu penerapannya:

- Jangka Pendek (2000 ? 2001)

- Jangka Menengah (sampai 5 tahun ke depan)

- Jangka Panjang (>5 tahun ke depan)

Berdasarkan analisa dan kajian yang dilakukan, maka strategi yang dipilih adalah:

- Strategi Turn Around (untuk jangka pendek)

- Perumusan Ulang Target Market

- Perbaiki kinerja masing-masing bagian fungsional