

Strategi bisnis konsultan pengelola gedung pasca krisis ekonomi di Indonesia

Iguh Nugroho Dwi Pribadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20451646&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. XYZ adalah perusahaan Konsultan Pengelola Gedung yang memberikan layanan profesional kepada klien-nya untuk mengelola pengoperasian suatu gedung, biasanya gedung bertingkat tinggi atau gedung yang mempunyai tingkat kompleksitas tinggi, sasaran dan pengelolaan ini adalah: memaksimalkan usia manfaat, mengefisienkan dan mengefektifkan pengoperasian gedung, membantu terciptanya hubungan baik antara sesama pemilik / penghuni, menciptakan lingkungan kerja yang aman dan nyaman, mengelola sistem administrasi pengoperasian gedung.

Konsultan Pengelola Gedung termasuk yang terkena dampak krisis ekonomi karena pembangunan gedung-gedung bertingkat praktis berhenti ini berarti 'kue' yang diperebutkan tidak bertambah. Untuk itu agar dapat bertahan hidup ('survive' dan bahkan berkembang pada saat melewati masa krisis, perusahaan harus menerapkan strategi bisnis yang memberikan keunggulan bersaing yang berkesinambungan ('sustainable competitive Advantage').

Berdasarkan hasil analisa strategi bisnis melalui pendekatan proses manajemen strategis Penulis mencoba memberikan beberapa saran agar perusahaan PT. XYZ mempunyai keunggulan bersaing yang berkesinambungan ('sustainable competitive advantage') sehingga PT. XYZ mampu bersaing pascakrisis ekonomi di Indonesia:

- Misi dan Goals, PT. XYZ harus mempunyai misi dan 'goals' untuk memberikan arah kemana perusahaan akan dibawa dan apa yang harus dilakukan Misi yang disarankan adalah 'Menjadi yang Terbaik dalam Bisnis Pengelolaan Properti'. Sedangkan goals yang berorientasi kepada misi perusahaan adalah yang berkaitan dengan pangsa pasar, pengembangan produk yang berkualitas, kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan, efisiensi. Strategi Tingkat Perusahaan, Pengembangan usaha bertujuan untuk memperluas lingkup ekonomi dan mendapatkan kekuatan pasar, pengembangan usaha yang diusulkan adalah yang masih berkaitan dengan kompetensi inti yang dimiliki oleh PT. XYZ.

- Strategi Tingkat Fungsional, Keunggulan efisiensi yang dicapai melalui skala ekonomi, peningkatan kemampuan pegawai, sistem penggajian berdasarkan kinerja, mempercepat arus informasi. Keunggulan kualitas yang dicapai melalui standarisasi, pengembangan kualitas sumberdaya, memotivasi karyawan., 'benchmarking', penilaian hasil kerja. Keunggulan dalam inovasi dicapai melalui pembentukan divisi R&D, terus memantau perkembangan teknologi, pengembangan teknik pelatihan yang efektif, pengembangan teknik penghematan biaya operasional Gedung. Keunggulan dalam ketanggapan akan kebutuhan pelanggan dicapai melalui survey kepuasan pelanggan, menciptakan 'image' bahwa PT. XYZ adalah pemberi layanan terbaik.

- Strategi Tingkat Bisnis Pembedaan produk dilakukan dengan pembuatan 'software' yang menjamin sistem kontrol dan pelaporan yang akurat, sistem operasi dan prosedur yang menjamin perawatan gedung secara menyeluruh sistem pelayanan yang khas dimiliki oleh PT. XYZ, diferensiasi karyawan. Fokus dilakukan dengan memusatkan pasar sasaran ke gedung-gedung dengan kualifikasi A & B Keunggulan biaya dicapai

melalui efisiensi internal perusahaan & efisiensi kematupuan pengoperasian gedung.

- Strategi Global Strategi global dilakukan dengan memasuki pasar ASEAN dan Timur Tengah dengan melalui beberapa tahapan dan secara tidak langsung, membuka kantor cabang, pengembangan usaha pengembangan jaringan antar cabang antar negara. Strategi Pemasaran. bisnis jasa mempunyai karakteristik utama yang sangat mempengaruhi strategi pemasaran, yaitu: tidak berwujud, tidak terpisahkan, bervariasi, mudah lenyap. Hal ini membawa konsekuensi: pelanggan jasa bergantung pada promosi clati mulut ke mulut daripada iklan perusahaan jasa, pelanggan sangat mengandalkan harga, personil, dan petunjuk fisik untuk menilai kualitas jasa, bila puas pelanggan sangat setia dengan penyedia jasa.
- Strategi Penantang Pasar, strategi yang tepat Bagi PT. XYZ adalah sebagai penantang pasar.
- Strategi 'Segmentation, Targeting, Positioning' tingkat segmentasi pasar untuk bisnis konsultan pengelola gedung adalah pemasaran. Pelanggan dapat dikategorikan sebagai segmen yang bertujuan menarik manfaat produk. Sehingga perlu tenaga pemasaran yang profesional. Pasar adalah para pemilik Gedung, berupa badan (swasta dan pemerintahan) atau perorangan. Penentuan Posisi yang tepat adalah sebagai konsultan yang mengerahkan segala kemampuan dan sumberdaya yang dimilikinya untuk kepuasan pelanggan. Apabila dituangkan dalam pernyataan 'positioning' : 'Memberi Layanan Terbaik bagi Pelanggan'.
- Strategi 7 p : Promosi promosi dari mulut ke mulut, Situs di Internet, membuat tulisan di majalah bisnis, mengajak calon pelanggan untuk meninjau gedung yang dikelola PT.XYZ. Penentuan harga, tarif 'management fee' bervariasi tergantung dengan tingkat kesulitan, luas gedung, dan jenis layanan yang akan diberikan sehingga memerlukan keahlian dalam bernegosiasi.. Produk agar selalu mempunyai keunggulan PT. XYZ harus mengembangkan produk pada tingkat kelima yaitu produk potensial. Saluran, yang berfungsi sebagai penyalur layanan jaringan internet akan sangat mempermudah mempercepat arus informasi antara unit dengan pusat. Orang, karena sebagian besar jasa diberikan oleh orang, seleksi, pelatihan, dan motivasi karyawan dapat membuat perbedaan besar dalam kepuasan pelanggan, karyawan harus memperlihatkan kompetensi, sikap memperhatikan, responif, inisiatif kemampuan memecahkan masalah, dan inisiatif yang baik. Bukti fisik dapat berupa tingkat kebersihan, penampilan gedung yang dikelola oleh PT. XYZ atau catatan administratif dalam pengoperasian gedung. Proses, apabila pelanggan merasa puas dengan proses yang terjadi maka akan menjadi pelanggan yang setia dan sebaliknya.
- Strategi Implementasi, perlu dilakukan restrukturisasi organisasi dengan tujuan agar hirarki organisasi tidak terlalu vertikal, lebih fleksibel dan cepat menanggapi perkembangan, lebih mudah dalam melakukan koordinasi. Kepemimpinan, sebagai perusahaan yang baru melepaskan diri dan induknya memerlukan suatu kepemimpinan strategis yang efektif untuk merumuskan dan menerapkan strategi bisnis dengan sukses. Pimpinan puncak (Presiden Direktur) akan lebih tepat bila menerapkan gaya kepemimpinan transformasi. Sistem Kontrol Sistem kontrol yang efektif harus fleksibel, didukung informasi yang akurat, manager harus mempunyai sikap tepat waktu. Tahapan dalam mendisain sistem kontrol yang efektif: tentukan standard & target yang hendak dicapai, ciptakan cara mengukur dan memonitor sistem, bandingkan antara unjuk kerja yang dihasilkan dengan target yang telah ditentukan, evaluasi hasil yang didapat dan ambil langkah-langkah strategis untuk menindaklanjuti keluhan yang didapat. Agar output di atas dapat terkontrol dengan efektif PT. XYZ perlu menerapkan sistem Management by Objectives (MBO).