

Analisa strategi pengembangan pasar Garuda maintenance facilities di Republik Islam Iran

Sonny Sasongko, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461215&lokasi=lokal>

Abstrak

PENDAHULUAN
Peristiwa penyerangan gedung World Trade Centre di New York dan gedung Departemen Pertahanan Amerika Serikat (Pentagon) di Washington pada tanggal 11 September 2001 yang lalu telah menyebabkan penurunan secara drastis industri perjalanan dan wisata internasional. Termasuk di dalam industri ini adalah berbagai perusahaan penerbangan.

Perkembangan ekonomi dunia yang memburuk makin mempengaruhi kondisi perekonomian Indonesia. Dengan meningkatnya biaya perjalanan akibat tingginya premi asuransi perjalanan yang dikenakan oleh perusahaan asuransi, menyebabkan banyak perusahaan penerbangan terpaksa meng-grounded-kan pesawatnya. Untuk itu, GMF diharapkan dapat melebarkan wilayah operasionalnya untuk mencari pasar baru yang dapat mengkompensasi penurunan usaha di dalam negeri.

GMF saat ini telah melayani berbagai perusahaan penerbangan baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Dari beberapa klien internasional GMF terdapat beberapa perusahaan penerbangan dari kawasan timur Tengah. Kawasan Timur Tengah memiliki prospek yang menjanjikan bagi pengembangan usaha GMF. Dengan pendapatan nasional yang tinggi dari penjualan minyak mentah, negara-negara di kawasan ini mempunyai perusahaan penerbangan yang besar tetapi umumnya tidak mempunyai dukungan darat (ground support) yang memadai. Negara-negara di kawasan Timur Tengah mengandalkan jasa perbaikan pesawatnya kepada perusahaan asing, khususnya Amerika Serikat dan Eropa.

Sebagai fokus, penulis mengambil Iran yang menjadi target pasar yang hendak dituju dalam pengembangan operasi GMF, sebagai obyek penelitian. Penulis memandang Iran sebagai negara yang memiliki karakteristik yang khas yang tidak dimiliki oleh negara-negara Timur Tengah lainnya. Di Iran, Garuda Maintenance Facilities telah mendapatkan beberapa kontrak kerja dengan perusahaan penerbangan Iran -Air (flag carrier), Mahan Air dan Iran Asseman Air.

PERMASALAHAN
GMF dapat dikategorikan sebagai strategic business unit yang memiliki sumber daya yang sangat bagus dan daya saing yang cukup baik. GMF sendiri telah berhasil meluaskan pasarnya di Iran.

Dari kondisi internal dan eksternal GMF dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebagai berikut:
a. Kekuatan:
.. Brand name sebagai bagian perusahaan.penerbangan
.. Tenaga kerja yang terdidik di bidangnya
.. Fasilitas yang cukup lengkap
.. Sertifikasi dari berbagai otoritas penerbangan dan manufacturer
.. Hubungan baik dengan manufacturer/supplier
.. Biaya man/hour yang kompetitif.

b. Kelemahan:
.. Jaringan pemasaran yang lemah
.. Dukungan pendanaan yang masih bergantung pada perusahaan induk.
.. Sistem informasi dan logistik yang kurang mendukung operasi
.. Standard prosedur dan implementasi antar bagian yang tidak sinergis.
.. Kemampuan usaha dalam perawatan engine terbaru terbatas dan test cell yang ada terbatas pada trust 100.000 lb.

c. Peluang
.. Jenis pesawat yang sama dengan yang dimiliki Garuda Indonesia
.. Jumlah perusahaan

perawatan di Iran sedikit
.. Kondisi ekonomi yang mendukung pertumbuhan industri penerbangan di Iran
.. Adanya embargo ekonomi oleh pemerintah Amerika Serikat
.. Adanya dukungan pemerintah Iran
.. Umur rata-rata pesawat yang beroperasi di Iran cukup tinggi sehingga membutuhkan perawatan yang lebih besar.

d. Ancaman
.. Pelanggan semakin kritis dalam menentukan nilai produk.
.. Pesaing umumnya mempunyai kemampuan teknologi yang lebih dari GMF
.. Pengenalan GMF untuk pasar Iran yang kurang
.. Kecenderungan Iran untuk membeli pesawat yang teknologi dan perawatannya belum dikuasai GMF seperti Airbus A-330x ataupun pesawat buatan Russia.
.. Munculnya repair station lokal akibat meningkatnya permintaan.

Bertolak dari kenyataan itu yang saat ini diperlukan adalah adanya rencana strategik dan pola pelaksanaan rencana ketja yang baik sehingga rencana ketja perusahaan dapat terlaksana dengan baik dan dapat menunjang usaha. pengembangan operasi perusahaan lebih lanjut.

PENUTUP
Sesuai dengan visi, misi dan target yang telah ditetapkan yaitu: menjadi perusahaan pelayanan global dalam Maintenance, Repair and Overhaul pesawat terbang, komponen, mesin dan produk pendukungnya yang kompetitif dalam kualitas, biaya, waktu dan pelayanan, berdasarkan analisa posisi GMF dan penentuan sasaran, strategi yang paling sesuai adalah kombinasi dari Market Development, Market Penetration dan Product Development, yang dapat dilakukan dengan:
1. Pengembangan kemampuan perawatan dan fasilitas yang dimiliki. Namun mengingat GMF masih tergantung pada perusahaan induknya dalam hal pendanaan, GMF dapat melakukan kerjasama pelatihan dengan pihak -pihak manufacturer ataupun dengan perusahaan perawatan penerbangan lainnya. Pengembangan kemampuan para teknisinya akan memperbanyak lini produk GMF. Dalam jangka panjang GMF juga diharapkan dapat menambah fasilitas sesuai dengan perkembangan teknologi penerbangan.
2. Promosi yang intensif GMF harus melakukan promosi yang intensif untuk menjaring, lebih banyak lagi pelanggan.
3. Pengembangan jaringan pemasaran.
4. Melakukan upaya agar keunggulan seperti maintenance cost yang lebih kompetitif dibanding pesaingnya tetap terjaga.