Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Analisis strategi bisnis perusahaan konsultan internasional pt. intraperforma global internasional

Purwantara Sandi, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461029&lokasi=lokal

---

Abstrak

ABSTRAK
Dengan semakin berkembangnya dunia usaha, persaingan dalam segala bidang tentunya juga semakin meningkat, tidak terkecuali pada industri konsultan. Agar dapat bertahan dan terus berkembang, sebuah perusahaan haruslah memiliki suatu keunggulan dibanding para pesaingnya.

PT. IntraPerforma Global International atau Performa. Indonesia merupakan salah satu perusahaan konsultan Indonesia, yang merupakan change agent dari perusahaan konsultan dunia Performa International, yang memfokuskan diri pada service renewal. Hingga saat ini. Perlorma telah melakukan program service renewal untuk perusahaan-perusahaan terkemuka di seluruh penjuru dunia, khususnya Asia. Performa juga memiliki pengalaman yang mendalam di dunia bisnis di Asia dan dikenal atas pola pemikiran mereka mengenai strategi layanan.

Namun seiring dengan te1jadinya krisis ekonomi silam. dan dampaknya hingga saat ini banyak perusahaan konsultan yang mengalami kesulitan dalam mengembangkan dirinya. Bahkan tak sedikit juga yang mengalami kesulitan dalam bertahan. Hal ini disebabkan karena banyak klien yang cenderung untuk melakukan efisiensi dalam berbagai bidang, dan bagi banyak perusahaan tersebut, penggunaan jasa konsultan merupakan suatu pengeluaran yang tidak bersifat urgent. Demikian pula dengan Performa Indonesia, yang juga mengalami kesulitan mencan order akibat kondisi tersebut.

Dari kondisi tersebut, maka pada karya akhir ini dilakukan suatu studi guna membantu memberikan alternatif solusi dalam mengatasi masalah yang dihadapi oleh Performa Indonesia. Dan dari hasil studi tersebut didapat suatu temuan yaitu bahwa Performa memiliki karakter yang cenderung "low profile" dengan tidak "memperkenalkan diri" kepada khalayak umum, dengan kecenderungan rnemasarkan dirinya "dari mulut ke rnulut". Hal ini pada akhirnya rnengakibatkan kurangnya kernarnpuan Performa dalam memasarkan dirinya kepada konsumen.

Adapun untuk dapat survive, suatu perusahaan membutuhkan adanya suatu keunggulan kompetitif dibanding dengan para pesaingnya. Keunggulan kompetitif da(?at dicapai antara lain dengan meningkatkan efisiensi. Kompetensi inti dapat dikatakan sebagai suatu landasan utama dalam mencapai keunggulan kompetitif, yang pada akhirnya dapat memberikan dampak positif pada reputasi /nama baik perusahaan konsultan tersebut. Pada dasarnya kompetensi inti adalah segala sumber daya dan kemampuan yang merupakan keunggulan kompetitif perusahaan terhadap pesaing.

Sehubungan dengan kompetensi inti. studi ini mengidentifikasikan beberapa alternatif strategi untuk mengatasi masalah tersebut, antara lain seperti membangun brand equity. Dalam membangun brand equity, dapat ditempuh beberapa cara antara lain dengan melakukan promosi seperti mengadakan seminar, talk-show. dan bisa juga dengan menyewa jasa perusahaan pemasaran. Brand equity dalam hal ini dapat dikatakan sebagai kompentensi inti dari perusahaan konsultan ini, yaitu dapat diartikan sebagai tanggapan positif dari konsumen apabila mereka melihat atau mendengar kegiatan pemasaran perusahaan tersebut. Sehingga bila konsumen mendengar nama suatu perusahaan atau tertentu, maka dalam benaknya akan langsung terlintas suatu identifikasi yang spesifik mengenai perusahaan atau produk tersebut.

Untuk mencapai tingkat efisiensi yang baik, para perusahaan konsultan ini memiliki kecenderungan untuk bertahan sebagai perusahaan kecil dengan jumlah karyawan yang kurang dari 4 orang atau perusahaan perorangan. Outsourcing dalam hal ini juga memiliki peranan yang sangat penting. Dengan jumlah sumber daya manusia yang terbatas, maka suatu perusahaan konsultan juga tidak dapat menghindari strategi ini. Bilamana terjadi kekurangan tenaga ahli pada bidang tertentu, maka perusahaan konsultan tersebut, dalam hal ini Performa tidak akan segan-segan untuk meng-outsource kebutuhan itu pada pihak luar, yang pada umumnya merupakan relasi atau rekanan dari perusahaan konsultan tersebut.

Dari karya akhir ini, dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu bahwa bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti perusahaan konsultan, brand equity yang kuat dan etisiensi dalam berbagai bidang seperti struktur organisasi yang ramping. dan juga reputasi yang baik sangatlah penting. llal ini dapat dilihat dcngan munculnya perusahaan-perusahaan yang cenderung bersifat kecil dcngan prinsip small is beautiful, disamping juga terus meningkatkan brand image yang baik dan network yang luas .

Small is beautiful dalam hal ini adalah mempertahankai1 struktur organisasi kecil dengan jumlah karyawan sedikit (dibawah 4 orang). Prinsip ini merupakan salah satu cara dalam menjaga efisiensi, untuk bertahan. Selain itu. dengan memiliki brand image yang baik. Maka persepsi konsumen akan merek Performa juga akan menjadi positif. dan hal ini akan menjadi suatu nilai lebih bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, seperti perusahaan konsultan. Disamping itu, mengingat struktur organisasi yang ramping, maka kemungkinan untuk melakukan outsourcing juga sangat besar, sehingga network yang luas menjadi sangat penting guna mendapatkan tenaga ahli dimana dibutuhkan, disamping juga dapat membantu dalam "memasarkan" dirinya.