

Analisis penetapan rencana strategik untuk perusahaan baru (studi kasus pada pt. riau airlines)

Myrto Handayani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20462059&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Sebagai perusahaan baru, Riau Airlines merupakan salah satu perusahaan peherbangan yang berkeinginan untuk memberikan suatu suasana baru dalam persaingan bisnis penerbangan di Indonesia. Sebagaimana perusahaan lainnya, tantangan yang akan dihadapi oleh perusahaan ini sangatlah banyak baik dari pesaing utama(perusahaan penerbangan lain) dan pesaing tidak utama(non transportasi udara) yang mengakibatkan perusahaan harus dapat menentukan strategi-strategi bersaing yang tepat. Strategi merupakan salah satu hal terpenting dalam suatu bisnis, mati atau hidupnya perusahaan sangat tergantung dari strategi apa yang digunakannya.

Keadaan persaingan, ekonomi, politik yang selalu berubah mengakibatkan suatu perusahaan harus dapat melihat kedepan kemungkinan-kemungkinan masa depan yang berdampak pada keadaan internal perusahaan. Simulasi-simulasi dan skenario-skenario dari suatu perkiraan kejadian dimasa yang akan datang sebaiknya harus dibuatkan strategi-strategi untuk mengantisipasi. Bisnis penerbangan merupakan bisnis yang sangat sensitif terhadap faktor ekonomi, politik, disamping itu juga sangat sensitif terhadap harga dan jadwal. Akibatnya perusahaan semakin dituntut untuk membuat strategi-strategi dan antisipasi-antisipasi yang tepat dalam menjalankan bisnisnya.

Penulis berusaha menganalisis keadaan internal dan eksternal yang berkaitan dengan Riau Airlines yang meliputi analisis terhadap pemasaran, produksi dan keuangan, ekonomi, politik. Berdasarkan dari anal isis komprehensif yang dilakukan, penulis menyampaikan beberapa strategi-strategi yang sebaiknya diterapkan demi kemajuan perusahaan dimasa yang akan datang. Setelah menganalisis beberapa aspek internal dan eksternal Riau Airiines, melihat dari tujuan didirikan perusahaan, serta berdasarkan sumber daya yang dimilikinya, maka strategi fokus merupakan strategi yang terbaik yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Dalam rencana strategik yang terdapat dalam rencana bisnis ini, bentuk dari penerapan strategi fokus yaitu penerbangan dalam rute-rute pendek. Dalam pemilihan rute-rute pendek, perusahaan juga disarankan untuk terlebih dahulu memilih dan memperbanyak rute-rute yang berpenumpang banyak dan kemudian mengambil rute-rute pendek lainnya yang dianggap berpotensi dimasa depan dengan melakukan strategi aliansi dengan tujuan untuk mempermudah dalam penetrasi pasar serta menghindari tidak tercapainya load factor permintaan yang berdampak pad a kerugian. Penerapan strategi fokus merupakan strategi yang juga menggabungkan kekuatan-kekuatan dalam strategi cost leadership dan differensiasi akibatnya pengendalian biaya juga merupakan salah satu cara untuk mencapai kesuksesan dalam strategi ini. Rencana strategis ini juga menggunakan strategi-strategi yang ditujukan untuk melakukan pengendalian biaya dan pengendalian arus kas perusahaan. Rencana strategis yang dibuat ini terdiri atas beberapa perspektif yaitu:

1. Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan (learning and growth perspective) yaitu strategi-strategi yang berkaitan dengan masalah kompetensi karyawan, teknologi informasi dan budaya perusahaan.

2. Perspektif internal (internal perspective) yaitu strategi-strategi yang berkaitan dengan tindakan internal perusahaan untuk menerapkan strategi fokus.

3. Perspektif konsumen (consumer perspective), yaitu strategi-strategi yang dapat membentuk imej konsumen terhadap perusahaan seperti harga rendah, nyaman dan tepat waktu

4. Perspektif keuangan (financial perspective), yaitu strategi-strategi yang berkaitan dengan keinginan perusahaan untuk melakukan peningkatan pada share holder value (peningkatan nilai pemegang saham). Strategi ini meliputi revenue growth strategy dan strategy productivity.

Dalam menulis rencana strategik ini, penulis menggunakan beberapa asumsi sebagai dasar untuk penghitungan angka-angka kuantitatif yang terdapat dalam rencana strategik ini. Asumsi-asumsi yang dibuat, didasarkan pada beberapa keadaan antara lain perkiraan pertumbuhan ekonomi, proyeksi nilai tukar mata uang, proyeksi masuknya pemain baru dalam setiap rute. Disamping itu, setiap elemen biaya dalam proyeksi laporan keuangan, penulis juga menggunakan beberapa asumsi yang meliputi asumsi-asumsi terhadap pemasaran, produksi, dan keuangan

Penghitungan biaya dalam setiap elemen proyeksi laporan keuangan didasarkan pada pemicu biaya/ driver dari setiap elemen biaya tersebut. Tujuan penghitungan seperti ini yaitu untuk memberikan informasi biaya yang lebih akurat, sehingga memudahkan bagi perusahaan untuk menerapkan harga yang tepat kepada konsumen.

Proyeksi-proyeksi keuangan yang dilakukan dalam rencana strategis ini belum mempertimbangkan pengaruh dari strategi-strategi dalam 4(empat) perspektif sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya. Penerapan strategi-strategi dalam 4(empat) perspektif secara komprehensif diperkirakan akan mampu untuk membentuk keunggulan bersaing sehingga keinginan Riau Airlines untuk menjadi perusahaan yang berkembang dan maju dimasa yang akan datang dan membawa nama Propinsi Riau serta mewujudkan Visi Riau 2020 dapat tercapai.