

Strategi pemulihan bisnis PT Natabhayu dalam usaha meningkatkan operasi perusahaan

Yusuf Utama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490355&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Globalisasi yang menjadi isu besar pada awal milenium ketiga ini membuka peluang yang lebih luas untuk terjadinya perpindahan orang dan barang dan satu tempat ke tempat lainnya tanpa hambatan yang berarti. Perpindahan ini terjadi dalam rangka pemenuhan kebutuhan yang tidak lagi bersifat domestik, tetapi sudah terintegrasi secara global.

Perpindahan ini memerlukan sarana, dan perusahaan transportasi yang menyediakan sarana bagi terselenggaranya perpindahan orang dan barang dan satu tempat ke tempat lainnya.

Peluang penyelenggaraan jasa transportasi ini menarik banyak pemodal untuk terjun ke dalam bisnis ini. Hal itu mencakup baik berupa angkutan barang maupun orang melalui darat, laut, dan udara. Banyaknya pemodal yang memasuki bisnis ini menimbulkan persaingan yang tidak sehat di kalangan perusahaan-perusahaan yang mengembangkan usahanya.

Perusahaan-perusahaan ini harus dapat bertahan dan

PT Natabhayu dengan motto yang dipegangnya, "Kualitas, Dedi,

beroperasi pada area Jakarta-Singapura-Port

kapal feeder dalam menjalankan operasinya, dan memiliki COC (Camer Own Container)

sampai saat ini berjumlah 300 TEUs (Twenty footer Equivalent Unit) dan 100 FEUs (fourty

footer Equivalent Unit) perusahaan juga memiliki fasilitas pergudangan, konsolidasi serta

transportasi daratnya. Perusahaan mempunyai rencana jangka panjang untuk menjadi salah

satu perusahaan pelayaran terkemuka yang melayani pengangkutan barang melalui laut

dengan berbagai sarana angkutan laut berupa berbagai jenis kapal angkut yang dibuat sesuai dengan

fungsinya. Dalam rencana jangka menengahnya, perusahaan berencana

untuk menjadi salah satu perusahaan terkemuka dalam angkutan peti kemas di Asia

Tenggara. Rencana ini didasari pengalaman perusahaan dalam angkutan peti kemas selama

menjadi bagian dari Sea Land inc. Namun mengingat kondisi perekonomian negara kita

yang saat ini masih mengalami resesi ekonomi yang berkepanjangan, PT Natabhayu

memutuskan untuk melaksanakan rencana jangka pendek untuk dapat bertahan dalam

bisnis transportasi laut berupa menggarap ceruk pasar pengangkutan barang lewat laut

dengan menggunakan peti kemas dengan rute Indonesia-Singapura-Malaysia. Dan dalam

studi ini penulis berusaha membahas apa yang telah dilakukan, dan apa yang harus

diperbaiki dalam pelaksanaan operasi jangka pendek PT Natabhayu. Hal ini didasari

pemikiran bahwa pada saat ini kemampuan perusahaan bertahan menghadapi resesi

ekonomi dan terus berkembang adalah hal terpenting dalam menjaga eksistensi perusahaan PT Natabhayu dalam usaha untuk dapat bertahan dan berkembang dalam usaha transportasi barang terutama, yang menggunakan sarana peti kemas dan diangkut melalui laut berusaha untuk memenuhi faktor sarana peti kemas melalui laut

Faktor kunci sukses yang berhasil diidentifikasi pada sektor industri logistik dalam studi logistik yang pertama adalah jaringan pemasaran, yang kedua adalah ragam lini jasa yang disediakan, yang ketiga adalah sistem informasi dan yang terakhir adalah tersedianya faktor kunci sukses dalam industri pengangkutan dengan sumber daya manusia yang dapat mengaktualisasikan jasa yang disediakan perusahaan dengan baik

Dalam usaha pencapaian kinerja yang baik untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus dapat mencapai kondisi kunci sukses usaha dalam operasinya. Dalam hal ini dengan usaha mengembangkan pola Relationship Marketing di atas diharapkan kekurangan perusahaan dalam hal lini jasa (dalam hal logistik rute) dapat diatasi dengan memuaskan konsumennya dengan profesionalisme pelayanan jasa yang ada, berupa COC SOC pelayanan, gudang konsolidasi trucking dsb

Dan studi logistik dapat disimpulkan bahwa PT Natabhayu yang saat ini baru saja melakukan reposisi dan agen eksklusif menjadi perusahaan pelayanan independen harus dapat membangun Citranya yang baru. Perusahaan juga harus dapat mengatasi kelemahan yang terdapat dalam pola operasinya, dalam usaha memenuhi pencapaian faktor kunci sukses usaha perusahaan harus dapat memperbaiki kekurangannya dalam marketing dan human resources

Perusahaan juga disarankan untuk melakukan kegiatan pengumpulan data pasar secara intensif untuk kemudian mulai memperbaiki database pasarnya, perusahaan juga disarankan untuk melakukan pengawasan ketat pada pola efisiensi dan efektifitasnya agar tetap optimal dan dapat terus berkembang.