

PT. Tripatra Engineers and Constructors memasuki pasar global industri jasa rekayasa dan konstruksi

Albert Steven Budisusetija, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=88916&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

PT. TRIPATRA ENGINEERS AND CONSTRUCTORS sebagai perusahaan yang bergerak pada industri jasa rekayasa dan konstruksi di sektor MIGAS merasakan akibat langsung dari krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak tahun 1997 dengan dibatalkan dan atau dijadwal ulangannya sejumlah proyek yang sedang dikerjakan maupun baru diperoleh.

Menilai mempunyai kemampuan yang memadai, TRIPATRA merencanakan untuk memperluas pasar ke wilayah regional lain guna mengurangi dampak dari terganggunya kondisi ekonomi dari salah satu pasar tempatnya beroperasi. Analisa yang dilakukan menunjukkan bahwa yang pertama kali akan dilaksanakan adalah melakukan penyesuaian terhadap "Visi Perusahaan" guna memberi penekanan pada pasar internasional sebagai pasar yang harus diterjuni. Visi yang telah disesuaikan tersebut selanjutnya akan dijadikan sebagai pedoman dalam menentukan strategi yang dipilih, kompetensi yang diperlukan serta implementasinya.

Pasar internasional industri jasa rekayasa dan konstruksi sektor MIGAS dikuasai oleh lebih kurang 19 buah perusahaan multinasional. Persaingan dipasar ini sangat ketat dan sangat diwarnai oleh persaingan harga antara perusahaan-perusahaan yang sudah tidak dipertanyakan lagi mutu produk jasa yang dihasilkannya. Dalam jangka panjang meningkatnya tekanan pada harga MIGAS akan meningkatkan intensitas persaingan harga ini. Untuk dapat bersaing di pasar tersebut maka akan diandalkan kemampuan untuk melakukan produksi dengan biaya rendah, menyelesaikan proses produksi secepat mungkin dengan tetap mengutamakan keselamatan kerja dan menghasilkan produk yang memenuhi standar internasional. Kombinasi "strategi keunggulan biaya" dan "strategi differensiasi" adalah strategi yang akan dijalankan.

Keterbatasan dalam sumber daya, usaha untuk memanfaatkan keunggulan biaya dengan sebesar-besarnya serta usaha untuk mengurangi resiko terhadap pasar dalam negeri yang masih merupakan sumber utama kehidupan perusahaan mendorong pemilihan strategi "strategi ekspor" sebagai usaha jangka pendek dalam memasuki pasar internasional kompetensi dasar kemampuan "rekayasa" dan "manajemen proyek" akan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya guna dapat memilih dan membuat produk yang dapat di ekspor dengan biaya yang rendah. "Strategi diversifikasi produk" akan diterapkan sejalan dengan "strategi ekspor".