

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

- PT KORP yang baru menjalankan usahanya selama kurang dari 2 tahun ini mempunyai persepsi *image* yang erat dengan Perum Bulog dimana kualitas jasanya ditunjang dengan kekuatan jaringan dari mitranya (Perum Bulog). Namun PT KORP sampai saat ini belum memiliki nama yang kuat di mata calon-calon konsumennya, terutama pasar umum.
- PT KORP dapat dikatakan mempunyai potensi yang besar untuk berkembang, hal tersebut disebabkan perusahaan ini memiliki *captive market* perusahaan yang belum bisa terpenuhi disamping potensi lain yang dapat digunakan untuk merebut pangsa pasar di luar *captive market* yang ada. Potensi tersebut antara lain berupa luas jangkauan wilayah yang saat ini dikendalikan dengan perwakilan di semua propinsi Indonesia serta kedekatannya dengan Perum.
- PT KORP harus menyadari bahwa potensi yang dimilikinya akan sulit dimanfaatkan apabila perusahaan tersebut tidak berhati-hati dalam memilih strategi dan rencana pemasaran yang diterapkan. Sebuah industri jasa yang sehat, untuk berkembang harus memiliki kekuatan dalam pengaturan kualitas jasa serta interaksi dengan pelanggan agar produk yang ditawarkan dapat memuaskan kebutuhan pelanggan secara maksimal.

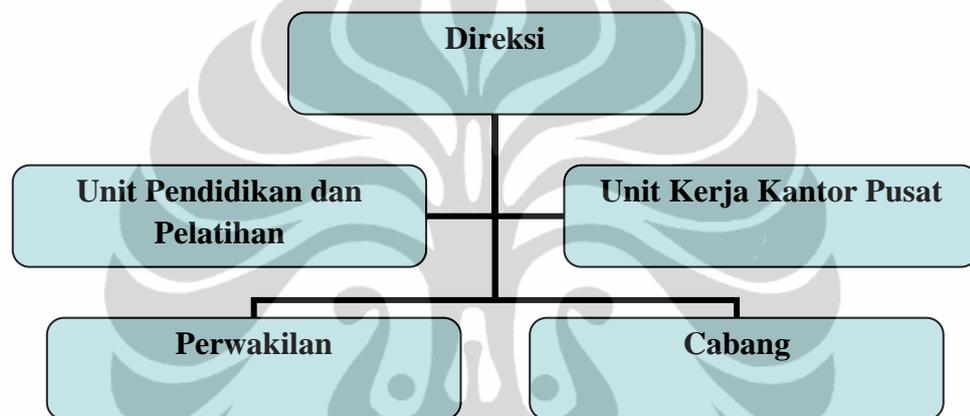
## 5.2 Saran

- Rendahnya *brand awareness* atas PT KORP dapat diatasi dengan memanfaatkan kuatnya jaringan yang dimiliki mitra kerjanya, yaitu Perum Bulog untuk menggaet *customer* yang baru. Hal dapat dilakukan PT KORP dengan menjadikan Perum Bulog sebagai “jangkauan tidak langsung” dalam upaya pemasarannya kepada mitra usaha Perum Bulog.
- PT KORP disamping melakukan *external marketing* dan *interaction marketing* juga ada baiknya fokus pada *internal marketing* khususnya di perwakilan regionalnya karena keuntungan dari kegiatan jasa PT KORP secara langsung terhubung dengan *frontline employee* serta dengan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan standarisasi kemampuan karyawannya melalui pusat pelatihan ataupun program pelatihan bersama pihak lain.
- Adanya pemberian wewenang kepada cabang perwakilan di wilayah regional PT KORP untuk melakukan pencarian konsumen serta pemasarannya secara mandiri (menjadikannya sebagai *profit center* bukan sebagai *revenue center*) dengan manajemen desentralisasi.
- Alternatif rencana pemasaran yang dapat dibuat oleh PT KORP dalam tahun 2010 dan ke depannya, berdasarkan strategi pemasaran serta analisa kondisi pasar dan analisa kompetisi pasar dapat dirancang sebagai berikut:
  - penyatuan paket- paket pelayanan dan paket baru
  - jasa keamanan “bintang lima”
  - pembukaan dan pemberdayaan kantor perwakilan daerah
  - pembentukan pusat pendidikan dan pelatihan
  - pembentukan tim auditor kualitas jasa
  - rekrutmen tenaga profesional untuk *customer- contact relations*
  - orientasi pada calon pelanggan prioritas

### 5.3 Implikasi Manajerial

Dengan rencana meningkatkan penjualan jasa melalui pembentukan kantor perwakilan sebagai *revenue center* dan cabang disamping pembentukan pusat pendidikan dan pelatihan untuk pembentukan produk layanan yang diinginkan konsumen, maka implikasinya dalam aspek manajerial adalah:

- Bahwa struktur organisasi dirubah dan disesuaikan dengan alternatif sebagai berikut:



**Gambar 5.1 Struktur tambahan dalam organisasi PT KORP**

(Sumber: Olahan analisa Peneliti)

- Dengan penambahan struktur organisasi maka diperlukan adanya *job description* dan pendelegasian yang lebih leluasa mengenai wewenang dari kantor pusat atau direksi kepada perwakilan regional, cabang atau pendidikan dan pelatihan yang diimbangi dengan penyempurnaan sistem remunerasi pada pegawai, terutama yang menduduki jabatan- jabatan krusial.
- Implikasi lain adalah dalam sistem *budgeting* dimana perwakilan akan diperlakukan sebagai *revenue center* dengan diberi target penjualan per tahun, cabang diperlakukan sebagai *profit center* dengan diberikan target profit per tahun sedangkan pendidikan dan pelatihan diperlakukan sebagai *cost center* untuk kegiatan pendidikan dan pelatihan internal sekaligus

sebagai *revenue center* dalam hal diberikan target penerimaan jasa pelatihan eksternal perusahaan. Dengan sistem *budgeting* yang jelas maka akan dapat disusun *key performance indicator* (KPI) yang baik kepada pejabat masing- masing.

- Dari sisi keuangan juga akan diperlukan adanya penyempurnaan sistem akuntansi dan yang bersifat sentralisasi ke desentralisasi, dimana cabang akan membuat laporan neraca dan perhitungan rugi laba sendiri yang akan konsolidasikan dengan kantor pusat secara periodik.
- Kegiatan diatas akan juga merubah pola rekrutmen kepada basis kompetensi, khususnya untuk jabatan- jabatan yang memerlukan keahlian khusus seperti pendidikan dan pelatihan, kepala cabang atau perwakilan.

