

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis bagaimana cara PT. AKR Corporindo Tbk melihat peluang bisnis yang baru yaitu masuk ke bisnis BBM di Indonesia diluar bisnis yang sudah berjalan (*Creative Destruction*), dapat disimpulkan sebagai berikut :

1) Cara PT. AKR Corporindo Tbk memasuki bisnis Bahan Bakar Minyak di Indonesia adalah memanfaatkan Regulasi Pemerintah - UU No 22/2001, PP No 36/2004, PP No 67/2002) Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Hilir Migas dimana pelaksana kegiatan usaha hilir Migas adalah :

- (1) Badan Usaha Milik Negara.
- (2) Badan Usaha Milik Daerah.
- (3) Koperasi.
- (4) Usaha Kecil.
- (5) Badan Usaha Swasta.

Dengan didukung sumber daya (*resource base*) yang dimiliki yaitu infrastruktur seperti tanki penyimpanan curah cair dan jaringan distribusi yang tersebar di seluruh Indonesia.

2) Potensi bisnis BBM di Indonesia sangat besar, sehingga PT. AKR Corporindo Tbk memanfaatkan peluang bisnis baru tersebut dengan memasuki bisnis BBM di Indonesia serta membuat strategi untuk tumbuh menjadi pemimpin pasar (*market leader*). Berdasarkan analisa Perusakan kreatif (*Creative Destruction*) hasil dari perusakan kreatif adalah bisnis BBM menjadi penyumbang pertumbuhan terbesar PT. AKR Corporindo Tbk secara korporasi, ini dapat dilihat dari laporan keuangan tahunan yang menunjukkan trend kenaikan dari tahun ke tahun yang begitu pesat walaupun disaat terjadi krisis ekonomi global.

- 3) Strategi yang diterapkan PT. AKR Corporindo Tbk adalah dengan cara *Resource Base View* (RBV) dengan melakukan inovasi secara terus menerus, yaitu dengan cara inovasi dalam Manajemen Rantai Distribusi (*Supply Chain Management*) mulai dari proses impor, penyimpanan, pengiriman, penagihan, penerimaan dan pelaporan serta didukung oleh Infrastruktur, Teknologi, Information Teknologi, dan fasilitas operasional lainnya yang terintegrasi sehingga menjadi keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh perusahaan lain. Selain itu juga Sumber Daya Manusia yang unggul merupakan keunggulan kompetitif yang menjadi pendorong utama pencapaian strategi, karena untuk melaksanakan inovasi dibutuhkan SDM-SDM yang unggul dengan dukungan pelatihan dan pengembangan keterampilan dan keahlian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian strategi *Creative Destruction* disarankan:

- 1) Melakukan inovasi bisnis secara terus menerus agar perusahaan tidak masuk kedalam zona obsolete (inovasi yang bertahan menjadi usang).
- 2) Mengkaji lebih dalam mengenai strategi yang sudah dilakukan, terutama sistem otomatisasi dan jaringan distribusi agar mencapai titik yang efektif dan efisien.
- 3) Mencari peluang-peluang baru yang dapat dimanfaatkan yang sejalan dengan bisnis yang sudah berjalan (resources base) baik itu sektor MIGAS maupun yang lainnya.