

Strategi Pemasaran PT. Baruna Raya Logistic terhadap Peningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Kasus)

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/bo/uiibo/detail.jsp?id=76023&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. Baruna Raya Logistic merupakan perusahaan swasta nasional, yang berdiri sejak tanggal 22 Juni 1972. Perusahaan ini mempunyai potensi untuk bertahan dan berkembang lebih baik, karena memiliki kinerja perusahaan yang baik dan mampu dalam mewujudkan mutu Jasa Pelayaran Lepas Pantai baik. Tesis ini bertujuan untuk mengkaji strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan dalam bisnis jasa pelayaran lepas pantai. Diharapkan dalam jangka waktu tertentu perusahaan ini dapat berkembang lebih baik dan atau bertahan dalam kondisi yang tidak menentu.

Penelitian ini diawali dengan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh, baik yang berasal dari dalam (internal) perusahaan, maupun yang dari luar (eksternal) perusahaan, dengan maksud agar memperoleh gambaran yang obyektif tentang kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman pada perusahaan.

Untuk data primer diajukan kuesioner dan wawancara terhadap level manajerial perusahaan tersebut, dan untuk faktor eksternal pada tenaga ahli, terutama di luar perusahaan yang terkait dalam bidang jasa pelayaran lepas pantai.

Pengolahan data melalui metoda Proses Hirarki Analitik (PHA) untuk mendapatkan bobot derajat kepentingan setiap faktor. Hasil uji faktor lingkungan tersebut digunakan untuk menganalisis strategi utama melalui analisis SWOT. Dengan demikian diperoleh gambaran kekuatan bisnis dan daya tarik industri jasa pelayaran lepas pantai untuk pengembangan strategi bersaing.

Melalui analisis diperoleh bahwa posisi bersaing PT. Baruna Raya Logistic berdasarkan hasil analisis SWOT, ternyata berada pada posisi mendukung strategi agresif dari kekuatan internal dan berbagai peluang eksternal, dan berada pada kuadran I. Sedangkan dalam analisis interaktif diperoleh gambaran bahwa posisi kemampuan karyawan adalah cukup bagus yaitu : 0.111 dan pelanggan sebesar 0.086. Dalam persaingan pada Lima Kekuatan Persaingan Industri, adalah terdapat gambaran bahwa peluang cukup besar, ancaman cukup tinggi. Dalam strategi alternatif adalah: Keunggulan biaya menyeluruh dan strategi fokus. Penetapan strategi pada keunggulan biaya menyeluruh, agar dapat dipraktekkan pada perusahaan, untuk formulasi strategi diterapkan bauran pemasaran.