

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya , maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor Lingkungan pada industri pelayaran dapat diketahui berdasarkan:
 - Analisa Matriks EFE diperoleh nilai sebesar 2.81, hal ini menunjukkan posisi PT Bintang Samudra Utama dalam kondisi baik dalam menghadapi potensi pelayaran dan kondisi geografis Indonesia yang merupakan negara maritim. Hal ini harus disikapi dengan tepat agar peluang yang ada tersebut dapat menghasilkan *profit* bagi perusahaan. Pelayanan yang prima tetap dipertahankan dan terus ditingkatkan terutama dalam penggunaan teknologi informasi seperti *software Vessel Call Control* dan *open.bravo* yang dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
 - Analisa matriks IFE diperoleh dengan nilai sebesar 3.32, hal ini menandakan bahwa PT Bintang Samudra Utama memiliki tenaga kerja yang mempunyai kemampuan sesuai bidangnya dan berpengalaman serta dapat menyelesaikan pekerjaan tepat waktu sesuai dengan perkiraan merupakan kekuatan yang harus

dijaga dan dioptimalkan dalam proses penetrasi pasar, agar tercapai pertumbuhan bisnis yang maksimal. Diperlukannya training-training untuk setiap karyawan baru baik sipatnya teknis maupun non teknis. Penguasaan bahasa Inggris yang harus dimiliki oleh setiap karyawan yang tugas pekerjaannya berhubungan dengan *principals* luar negeri.

- Analisis strategi bersaing PT Bintang Samudra Utama dengan menggunakan analisa eksternal dan internal perusahaan melalui matriks EFE dan IFE yang kemudian dikombinasikan dengan matriks SWOT memperlihatkan bahwa:
 1. PT Bintang Samudra Utama dapat mengandalkan dukungan sumber daya manusia perusahaan yang handal untuk dapat memperluas pangsa pasar (O2&O3,S1&S2)
 2. PT Bintang Samudra Utama dapat mengandalkan dukungan sumber daya manusia perusahaan yang handal untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada customer (O4&O5,S3&S4)
 3. Perlu dilakukan riset pemasaran untuk mengetahui potensi pasar di wilayah Indonesia (W3,O4)
 4. Perlu dibentuknya *marketing department* atau departemen pemasaran yang akan membantu Direkur Utama dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

5. Perlu dilakukan *standard operating procedure/SOP* yang jelas mengenai wewenang pengambilan keputusan antar kepala bagian perusahaan, sehingga keputusan yang diambil tidak bergantung kepada Direktur Utama (W5,O4)
 6. Perusahaan lebih mengoptimalkan penawaran-penawaran ke perusahaan di luar kargo Pertamina melalui team pemasaran dan tetap menjaga kualitas layanan kepada pelanggan yang sudah ada, sehingga menjadi pelanggan setia perusahaan (S1&S2,T3)
 7. Bertambahnya pendatang baru menuntut pihak manajemen untuk lebih memantau perkembangan konsumen, pasar dan pesaing melalui riset pemasaran, agar dapat membuat keputusan secara cepat dan efektif berdasarkan data dan informasi yang dikelola dan disajikan dengan baik (W1&W2,T1)
- Dalam matriks IE di atas tergambar posisi perusahaan berada pada sel IV, SBU (*Strategy Business Unit*) yang berada pada sel I, II dan IV dapat diartikan sebagai *Grow* dan *Build*. Strategi yang cocok bagi strategi ini adalah; Penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, serta integrasi horisontal.
 - Berdasarkan matriks QSPM dapat disarankan agar fokus utama pada strategi paling menarik yaitu penetrasi pasar dengan nilai TAS sebesar 3,60. Menjaga dan mempertahankan *principals*

loyal dengan memberikan *agency fee* yang kompetitif, pelayanan yang lebih ditingkatkan lagi untuk menghindari berpindah pada perusahaan sejenis. Meningkatkan penggunaan teknologi informasi yang optimal dengan terus memperbaiki kekurangan yang menjadi hambatan untuk terus bersaing dengan perusahaan sejenis. Perlu direkrut bagian pemasaran yang selama ini masih dipegang penuh oleh Direktur Utama, juga perlu dilakukan riset pasar agar *kompetitor* yang ada bisa diantisipasi dengan meningkatkan kemampuan yang ada dan memperbaiki kekurangan dalam pelayanan.

5.2 Implikasi

Dalam penerapan strategi bersaing sesuai dengan faktor-faktor internal dan eksternal yang berlaku di PT Bintang Samudra Utama. dengan melihat adanya pembagian kelompok pelanggan, akan sangat bijak bagi perusahaan untuk tidak hanya mengejar pelanggan yang sangat potensial saja. Karena ditengah sengitnya kompetisi perusahaan keagenan kapal maka perusahaan sebaiknya lebih memikirkan lagi bagaimana berinovasi dalam hal memahami keinginan dari setiap segmen pelanggan. Berikut peneliti mencoba menjabarkan implikasi manajerial sebagai pengembangan strategi perusahaan yang dapat dilakukan.

Implikasi Internal:

1. Penerapan strategi bersaing perusahaan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) akan berdampak baik pada PT Bintang Samudra Utama untuk meningkatkan penetrasi bisnis mereka kepada pelanggan yang tepat sesuai dengan tingkat loyalitas pelanggan.
2. Melalui penerapan matriks QSPM diharapkan dapat menjadi pengetahuan dalam perusahaan, sehingga pengambilan keputusan menjadi lebih akurat berdasarkan data yang telah tersedia.

Impilkasi external

1. Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi kalangan profesional bahwa ilmu manajemen strategi terus berkembang dari waktu ke waktu sehingga konsep *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) sangat tepat untuk menciptakan strategi perusahaan yang lebih memahami lingkungan bisnis perusahaan agar sumber daya yang ada lebih mampu dioptimalkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.
2. Menjadi rujukan bagi mahasiswa program Magister Manajemen dalam hal analisa strategi perusahaan, khususnya perusahaan pelayaran menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), agar strategi perusahaan yang telah dianalisis dapat dimanfaatkan menjadi informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, yang berasal dari matrik SWOT dan QSPM, peneliti memberikan saran untuk perbaikan dalam penerapan strategi bersaing di PT Bintang Samudra Utama yakni sebagai berikut:

1. Dalam pelaksanaan strategi, *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), sangat penting bagi perusahaan untuk tetap mengoptimalkan kompetensi sumber daya manusia dengan merekrut karyawan yang sesuai dengan bidang tugasnya, menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan dengan terus dilakukan training-training atau pelatihan terutama pengetahuan tentang keagenan, meningkatkan teknologi informasi yang ada untuk mempercepat informasi yang dibutuhkan pelanggan seperti *software Vessel Call Control (VCC)* juga *software* lainya seperti *open. bravo* yang dimodifikasi sesuai kebutuhan internal perusahaan yang akan berdampak pada pelayanan pelanggan dan mengefektifkan fungsi-fungsi manajemen yang terdapat di perusahaan dengan terus diadakannya *meeting* bersama untuk membahas isu yang ada, agar perusahaan bisa menghadapi tingginya tingkat persaingan di industri pelayaran dalam hal ini usaha keagenan kapal/*ship agency*. Pembinaan cabang yang lebih terintegrasi dengan pusat untuk menyamakan visi perusahaan. Menjajaki pasar selain kargo milik Pertamina seperti Shell, AKR,

Vitol, Solaris dan yang lainnya agar tidak tergantung pada satu jenis kargo milik.

2. PT. Bintang samudra Utama perlu melakukan peningkatan dan perbaikan secara menyeluruh dalam hal melaksanakan strategi penetrasi pasar, diantaranya adalah sebagai berikut:
 - a. Peningkatan promosi perusahaan terutama melalui *website* yang harus terus disempurnakan untuk menjaring pelanggan di seluruh dunia
 - b. Peningkatan kemampuan keahlian sumber daya manusia baik keahlian komunikasi dengan pelanggan maupun keahlian ilmu keagenan secara menyeluruh.dengan melakukan perekrutan yang tepat untuk calon karyawan dengan tugas dan tanggung jawab pekerjaan yang akan dijalaninya.
 - c. Peningkatan pelayanan dengan mempercepat pengiriman *Final DA*, yang memerlukan karyawan khusus untuk memonitor sekaligus mengejar ketertinggalan *Final Disbursement* dari *handling agent*.