

REFORMULATION BUSINESS STRATEGY OF PT. CRC INDONESIA

Meli Oktapiani

Faculty of Economic Universitas Negeri Jakarta

ABSTRACT

PT. CRC Indonesia is one service office in Jakarta. The amount of supply of office buildings and many service office in Jakarta is one of the causes of declining tenant in PT. CRC Indonesia. So that the management need to review the business strategy of PT. CRC Indonesia. This study aims to determine the variables that are strengths, weaknesses, opportunities, and threats PT. CRC Indonesia as well as to determine the position of the business. Given the problems that exist in the company, this study used a SWOT analysis to determine the right company strategy in order to face the competition of business. The analysis showed that the variables-variables that become strength is its location, access, staffed with Japanese language skills, has a staff of Japan, high speed Internet, office 24 hours, most of the tenants are Japanese companies, market wide, has good facilities and are in different countries.

Weakness is the cash flow that is not very good, the staff are not marketing experts, rental prices are not competitive, meeting room inadequate, the building management that are less responsive, less attractive room design and the lack of skilled staff in English. While the threat is increasing wages minimum wage each year, the unstable rate of the dollar, the high supply of office buildings, increased service office and pricing services office are other cheaper and business opportunities is a political condition that is safe, government policies are flexible, good security, the ASEAN trade, increasing Japanese companies, foreign and local, and have a good information network. Based on this analysis, the results of research is currently on 4.38 SO strategy which shows the first quadrant where this quadrant shows to grow and develop (grow and develop), the intensive strategy which consists of market penetration strategies, market development, and product development.

Key words: Reformulation, Business strategy, Five Force's, SWOT.

RINGKASAN

Meningkatnya investor dan perusahaan lokal di Indonesia menyebabkan peningkatan akan kebutuhan kantor agar dapat menjalankan kegiatan bisnisnya. Peningkatan ini sejalan dengan meningkatnya pendirian perusahaan *service office* di Indonesia. Tingkat persaingan bisnis sewa kantor (*rental office*) yang semakin meningkat di tahun 2015, disebabkan juga oleh terjadinya ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran. Di mana *supply* jauh melebihi *demand* sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat (*very tight competition*) dalam bisnis *rental office*. Tingkat okupansi perkantoran diprediksi turun dari 96 persen pada 2014 menjadi 80 persen pada 2019. Penurunan permintaan sewa ruang perkantoran telah terlihat pada triwulan I-2015.

PT. CRC Indonesia dengan *brand* Crosscoop merupakan salah satu perusahaan sewa ruang kantor siap huni (*serviced office* atau *fully furnished rental office*) di Jakarta. Pada tahun 2013 mengalami penurunan dikarenakan adanya biaya untuk pembukaan cabang tersebut. Pada tahun 2014 mengalami penurunan pendapatan dan laba yang disebabkan oleh penurunan tingkat hunian di PT. CRC Indonesia. Dengan adanya penurunan tingkat okupansi di PT. CRC Indonesia dan meningkatnya persaingan dalam bisnis *rental office* serta adanya perdagangan bebas ASEAN yang akan dimulai pada akhir tahun 2015 maka PT. CRC Indonesia perlu memformulasikan strategi bisnisnya dalam rangka mengantisipasi persaingan (*competition*) dan pasar (*market*) bisnis sewa ruang kantor siap huni, sehingga mempunyai pangsa pasar (*market share*) yang terus meningkat dan dapat menghadapi perdagangan bebas yang akan dilaksanakan pada akhir tahun 2015.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode delphi. Berdasarkan analisis terhadap lima faktor pada *Porter's five-forces*, dapat dilihat bahwa karakteristik industri *service office* di Jakarta cukup menarik hal ini berdasarkan kesimpulan dari analisis *five-forces*, seperti dibawah ini:

- a) Rivalitas atau Persaingan dalam Industri dinilai tinggi
- b) Ancaman Produk Substitusi dinilai menengah
- c) Daya Tawar Pembeli dinilai tinggi
- d) Daya Tawar Pemasok dinilai rendah
- e) Ancaman Pendetang Baru dinilai menengah

Tingkat persaingan dalam industri *service office*, berdasarkan analisa *five-forces* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dibawah ini merupakan faktor *key success* yang mempengaruhi tingkat persaingan industri *service office*, adalah sebagai berikut:

- a. Harga Sewa *Service office*
- b. Lokasi yang Strategis
- c. Keamanan yang baik
- d. Fasilitas yang baik
- e. Service baik

Berdasarkan hasil analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal dan pada dapat diketahui bahwa posisi PT. CRC Indonesia berada pada kuadran I. Berdasarkan pada teori Wheelen hasil analisis pada kuadran I bagi PT. CRC Indonesia adalah strategi *growth*, hasil analisis *growth* menurut Wheelen pada kuadran I, terlihat pada tabel 4.10 yaitu strategi (SO) strategi intensif meliputi strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

Strategi Strategi Penetrasi Pasar (*market penetration*) PT. CRC Indonesia meliputi strategi aliansi, marketing PT. CRC Indonesia dan sumber daya manusia yang di PT. CRC Indonesia. Strategi Pengembangan Pasar (*market development*). Strategi pengembangan pasar (*market development*) dapat dilakukan dengan upaya perusahaan memperkenalkan produk yang ada kepada pasar yang baru, atau segmen baru di geografis yang sama dan dengan membuka jaringan-jaringan usaha baru di lokasi-lokasi yang saat ini belum terjangkau seperti di daerah Surabaya atau Bali. Sedangkan strategi Pengembangan Produk (*product development*) dapat dilakukan dengan Jasa proses pendirian perusahaan di Indonesia, Jasa intepreter dan transleter dan jasa pembuatan visa bagi orang asing.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWA, atas rahmat dan hidayah yang senantiasa dilimpahkan-Nya kepada saya, sehingga saya seagai penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “**REFORMULASI STRATEGI BISNIS PT. CRC INDONESIA**”. Tesis ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar akademik Magister pada Program Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta.

Penulis tidak akan dapat menyelesaikan tesis ini tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis tidak lupa mengucapkan banyak terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan tesis ini, yaitu kepada:

1. Bapak Dr. Mohamad Rizan,SE,MM selaku Ketua Jurusan dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, arahan, bimbingan, dan masukan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini.
2. Bapak Dr. Budi Santoso,SE,MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, arahan, bimbingan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis dengan baik.

3. Kedua orang tua saya, Ibu Imas serta ayah Dady Kusnadi yang menjadi motivator saya dalam menjalani kehidupan ini.
4. メリの旦那さん、ロイ・ウイジャヤ。いつまでも手を離さない、ありがとう。うう。
5. Serta pihak-pihak lain yang telah membantu sehingga dapat menyelesaikan tesis ini.

Semoga semua bantuan, dukungan dan kerjasamanya dalam bentuk apapun selama ini, tercatat sebagai amal ibadah yang diridoi oleh Allah SWT. Mengingat kemampuan dan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, maka penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini jauh dari kata sempurna. Tetapi penulis sangat berharap tesis ini setidaknya dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya dikemudian hari.

Jakarta, 29 January 2016

Penulis

(Meli Oktapiani)