

MANAJEMEN & BISNIS

Kajian Ilmu Akuntansi & Bisnis

Volume XIV No. II Juli 2023

ANALISA STRATEGI EKSPOR UDANG INDONESIA

Oleh ;
Metodius France Marjun Janggur, S.E., M.Ak, Ervina Dewi, S.T., M.M, Eveline Mary,
S.Kom., M.M

PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN MELALUI PELATIHAN

Oleh ;
Ratnawati, S.H., M.Kn, Enggar Trijunanto, S.E., M.Ak,
Yohanes Bosko Nambut, S.Sos., M.Si

PENERAPAN REGULASI DALAM PERSAINGAN USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA

Oleh ;
Yohanes Ngamal, S.E., M.Si, Prodi Manajemen, STIE Theresa
Dra. Eka Setiawati, M.Si Prodi Akuntansi, STIE Saint Theresa
Maxi Ali Perajaka, S.Fil, M.Sc

PENGARUH KEPEMIMPINAN TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA PT. TAXI "X"

Oleh ;
Ignasius Arie, S.E., M.Ak, Leonardus Budi Weluk, S.Pd., M.M,
Desy Faulina Pakpahan, S.Pd., M.Ak

PENGARUH KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT EHB

Oleh ;
Victor E. Saerang, S.P., M.Si & Marlina Manurung, S.P., M.T, Richard Christian Somalinggi
Parantean, S.E., M.Si

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

Oleh ;
Henricus Raba, SE., M.M & Markus Bomok Yebo

Diterbitkan oleh: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Saint Theresa, Merauke

Jl. Nusa Barong No.1 Merauke Papua Selatan 10130. Tel (0971) 33333501 Email: stie@sainttheresa.ac.id

MANAJEMEN & BISNIS

Jurnal Manajemen Bisnis merupakan jurnal ilmiah bagi bagi para ahli manajemen bisnis dan akuntansi bisnis dan konten jurnal ini hasil penelitian, kajian pustaka dan analisa yang menggunakan metode ilmiah yang terukur.

Jurnal Manajemen dan Bisnis diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Saint Theresa Merauke dengan Jadwal penerbitan dua kali dalam setahun yakni pada Juli dan Desember.

Pelindung : Badan Pengurus Yayasan LPK Saint Theresa

Penanggung jawab : Yohanes Ngamal,SE.,M.Si

Dewan Redaksi :

Ketua : Dr. Ir. Arief Nurtjahjo, MH.,M.M

Wakil ketua : Ines Cara Alexander Phoek, B.Com.,MM

Anggota : Dra. Eka Setiawati.,M.Si

Fransiscus Saverinus Ngamel, S.Sos

Alamat Redaksi:

Jl. Nusa Barong. No.1 Merauke, Papua Selatan Tel.(0971)3333501

Email: stie@sainttheresa.ac.id

Sumbangan artikel ilmiah berbahasa indonesia dan inggris karya asli (bukan jiplakan) dan belum pernah dipublikasikan. Dapat dikirim melalui email ke alamat stie@sainttheresa.ac.id Dewan redaksi mengedit dan menyuting tanpa mengubah substansi setiap artikel ilmiah yang dikirimkan penulis.

4

ANALISA STRATEGI EKSPOR UDANG INDONESIA

Oleh;

(Metodius France Marjun Janggur, S.E.,M.Ak,
Ervina Dewi,S.T.,M.M,Eveline Mary,S.Kom.,M.M)

5

14

MENINGKATAN
KINERJA KARYAWAN

Oleh;

(Ratnawati S.H.,M.Kn, Yohanes
Bosko Nambut, S.Sos.,M.Si
Enggar Trijunato, S.E.,M.Ak,)

23

PENERAPAN REGULASI DALAM PERSAINGAN
USAHA DAN DAMPAKNYA BAGI PERTUMBUHAN
EKONOMI INDONESIA

Oleh;

(Yohanes Ngamal, S.E., M.Si, Prodi Manajemen, STIE Saint
Theresa Eka Setiawati, Prodi Akuntansi, STIE Saint Theresa,
Maxi Ali Perajaka, S.Fil, M.Sc)

48

PENGARUH
KEPEMIMPINAN
TERHADAP
PRODUKTIVITAS KERJA
KARYAWAN PADA PT.
TAXI “X”

Oleh;

(Ignatius Arie, S.E.,M.Ak, Prodi
Akuntansi, Leonardus Budi
Weluk, S.Pd.,M.M, Desy
Faulina
Pakpahan,S.Pd.,M.Ak)

70

PENGARUH KOMPENSASI TERHADAP KINERJA
KARYAWAN PADA PT EHB

Oleh;

(Victor E.Saerang, S.P.,M.Si & Marlina Manurung,
S.P.,M.T Richard Christian Somalinggi Parantean,
S.E.,M.Si)

96

ANALISA STRATEGI
PENGEMBANGAN USAHA
PADA PT. NUSANTARA
JAYA MERAUKE

Oleh;

(Henricus Raba, SE.,M.M &
Markus Bomok Yebo)

ANALISA STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

ANALISA STRATEGI PEMBANGUNAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

Oleh:

Henricus Raba, Markus Bomok Yebo

ABSTRAK

PT. Nusantara Jaya Merauke adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi laut yang merupakan wujud nyata dalam mengembangkan dan meningkatkan perekonomian daerah dan nasional. Untuk mendukung aktivitas dapat berjalan dengan baik, maka perlu adanya ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai untuk keperluan bongkar muat barang angkutan. Metode deskriptif kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data adalah observasi, dokumentasi dan wawancara.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis yang digunakan oleh PT. Nusantara Jaya Merauke dalam mengembangkan Usaha Cargo dengan daerah operasi Pelabuhan Merauke Menuju Surabaya dan sebaliknya juga melayani jasa pendistribusian barang ke daerah-daerah sekitar Merauke. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan perusahaan adalah dengan memperhitungkan fakta internal dan faktor eksternal yang diintegrasikan dengan Analisis SWOT.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, SWOT

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara archipelago atau kepulauan yang memiliki pulau-pulau yang berjumlah ± 17.504 yang terdiri dari pulau besar dan pulau kecil yang terbesar dengan luas total 1.904.569 km² (sumber:

<https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia>), terletak di antara dua benua dan dua samudera yang merupakan Negara Kepulauan yang terbesar di dunia dan memiliki potensi di bidang kelautan yang sangat tinggi.

Merauke, Papua yang merupakan wilayah timur Indonesia yang mulai berkembang maka

diperlukan alat transportasi berupa kapal general cargo untuk mengangkut berbagai bahan kebutuhan masyarakat dalam kemasan baik ke pulau Jawa yaitu Jawa Timur ataupun dari Jawa Timur ke Merauke, ataupun dari Pelabuhan Merauke ke berbagai daerah untuk mendistribusikan barang-barang lainnya. Oleh karena itu perlu dirancang dan dibangun Kapal General Cargo pelayaran yang mengangkut barang-barang dari berbagai Pelabuhan hingga sampai ke pelabuhan Merauke dan sebaliknya dari Merauke akan mengangkut berbagai barang kebutuhan dalam kemasan menuju Jawa.

Pelabuhan Kapal laut Merauke adalah pelabuhan terakhir yang disinggahi oleh berbagai kapal-kapal barang dari Surabaya dan selanjutnya dari Merauke barang-barang ini akan di salurkan ke pedalaman Merauke termasuk kabupaten Pamekaran yaitu ke Boven Digoel, Mappi dan Asmat. Hal ini membuat munculnya berbagai ekspedisi bongkar muat bertambah dari tahun ke tahun.

Sebuah usaha tidak terlepas dari strategi dan pengembangan usaha agar dapat bertahan dan lebih maju dari saingan-saingannya. Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.

PT Nusantara Jaya Merauke adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi laut, yang merupakan wujud nyata dalam mengembangkan dan meningkatkan perekonomian daerah dan nasional yang selama ini memiliki peran

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

dalam memberikan pelayanan jasa bagi mereka yang mendatangkan barang-barang dagangannya dari

Surabaya dan mengirimkan barang-barang dagangannya ke wilayah pedalaman. Untuk mendukung aktivitas dapat berjalan dengan baik, lancar, aman maka perlu adanya ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai untuk keperluan bongkar muat barang angkutan. Ditengah persaingan penyediaan jasa transportasi laut serta jasa bongkar muat yang terjadi saat ini, Cargo PT Nusa Jaya Merauke perlu berbenah diri sehingga mampu bertahan pada era persaingan pasar yang semakin ketat.

Strategi pengembangan bisnis adalah hal yang paling urgen untuk diperhatikan oleh Cargo PT Nusantara Jaya Merauke, sehingga dalam penyediaan jasanya dapat maksimal dan bertahan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, jika tidak demikian maka tidak menutup kemungkinan para pemakai jasa yang selama ini telah dilayani oleh Cargo PT Nusantara Jaya Merauke ini akan beralih ke perusahaan lain yang lebih baik.

Dengan latar belakang inilah maka tujuan penelitian ini adalah untuk Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada PT Nusantara Jaya Merauke.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi.

Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos* dan *strategia*, yang bermakna pengetahuan dan seni mengenai sumber-sumber yang tersedia dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang diinginkan (Chandradhy dalam Zulham, 2011:32). Makna harafiah dari istilah Yunani tersebut adalah “perkataan jendral militer”, sebelum akhirnya maknanya berubah seperti yang telah disebutkan di atas (Garratt, 2005:29).

Strategi oleh Antoni dalam Elhamma (2013:2) adalah pola tujuan serta kebijakan dan rencana besar dalam mencapai tujuan tersebut, yang disusun sedemikian rupa sehingga mampu mendefinisikan bisnis perusahaan atau akan menjadi apa perusahaan

tersebut serta jenis perusahaan saat ini atau jenis perusahaan apa yang diinginkan”.

Kemudian oleh Longman dan Mulins (2004:57) Strategi harus memberikan batasan-batasan bagi sebuah proyek, dimana tujuan dan hasil harus mengikuti arah perusahaan ke depan. Selanjutnya oleh Luis Et (2011:56) Strategi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan secara berbeda atau lebih baik dari kompetitor atau masalah untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan sehingga mampu mencapai sasaran jangka menengah ataupun jangka panjang juga menurut Rangkuti (2006) Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, program tidak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya manusia, dan oleh Pearce dan Robinson : (2008). Strategi adalah rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Dari beberapa pendapat tersebut maka oleh penulis dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.

Para akademisi dan praktisi menggunakan berbagai variasi pendekatan untuk menetapkan strategi kompetitif dan strategi bisnis, yang meliputi organisasi industri, sudut pandang berbasis sumber daya, kemampuan dinamis, dan teori permainan (Casadesus-Masanel dan Ricart, 2009: 1). Sebuah pernyataan strategi harus melibatkan kombinasi dari lima elemen mendasar strategi (Garratt, 2005: 30), yaitu:

Dimanakah Perusahaan Akan Mendapatkan Manfaat Atau Keuntungan (Produk, Jasa, Daerah Geografis);

Dimanakah Perusahaan Akan Menarik Diri (Penempatan Jangka Pendek);

Dimanakah Perusahaan Akan Menetapkan Pijakannya; dimanakah perusahaan akan menjalin aliansi atau kerjasama; dan dimanakah perusahaan akan mundur sepenuhnya.

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

Miles dan Snow dalam Elhamma (2013: 2) memberikan sebuah tipologi mengenai empat tipe strategis perusahaan, yaitu sebagai berikut:

Defenders, yaitu perusahaan dengan pangsa pasar yang sempit.

Prospectors, yaitu perusahaan yang hampir secara berkelanjutan mencari kesempatan pasar, dan secara rutin bereksperimen dengan respon potensial untuk memunculkan tren di sekitarnya.

Analyzers, yaitu perusahaan yang beroperasi di tengah dua jenis pangsa pasar, dimana salah satunya bersifat stabil dan yang lainnya berubah-ubah.

Reactors, yaitu perusahaan dimana manajer puncaknya kerap melihat perubahan dan ketidakpastian di tengah lingkungan perusahaan namun tidak mampu merespon secara efektif.

Tipe Tipe Strategi

Menurut tipikal bisnis perusahaan biasanya mempertimbangkan tiga (Wheeler dan Hunger: 2012) :

Strategi Korporat

Menyatakan bahwa secara keseluruhan direksi perusahaan memiliki sikap secara umum terhadap pertumbuhan bisnis dan manajemen bisnis yang berbeda-beda dan memiliki beberapa lini produk. Tipikal strategi korporat dikatakan sehat dengan tiga kategori yaitu stabilitas, pertumbuhan, dan penghematan.

Strategi Bisnis

Biasanya strategi bisnis terjadi pada unit bisnis atau level produk, dan menekankan peningkatan posisi yang kompetitif dari produk atau jasa perusahaan di industri yang spesifik atau segmen pasar yang telah dilakukan unit bisnis. Strategi bisnis dikatakan sehat dengan dua kategori yaitu strategi yang kompetitif dan kooperatif.

Strategi Fungsional

Strategi ini menggunakan pendekatan yang melalui area fungsional untuk mencapai tujuan perusahaan dan unit bisnis dan strategi untuk memaksimalkan produktivitas sumber daya.

Perumusan Strategi

Oleh Nilasari (2014: 14-15) ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam perumusan strategi dilakukan secara baik dan memperhatikan berbagai macam faktor, baik yang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Secara lebih rinci tahap-tahap perumusan manajemen strategi adalah:

Pengembangan Misi Bisnis

Misi bisnis berkaitan dengan gambaran perusahaan yang bergerak dalam sebuah bidang dengan tujuan tertentu. Misi tersebut harus dikembangkan terlebih dahulu sebelum merumuskan strategi. Misi bisnis perusahaan merupakan dasar dari perumusan strategi itu sendiri. Mengidentifikasi peluang dan juga ancaman lingkungan eksternal perusahaan.

Setelah mengembangkan misi bisnis selanjutnya mengidentifikasi lingkungan luar perusahaan. Lingkungan luar perusahaan akan mendatangkan peluang juga ancaman. Perumusan strategi harus merinci peluang dan ancaman yang ada dan mungkin terjadi di sekitar perusahaan.

Mengidentifikasi kekuatan dan juga kelemahan lingkungan

Internal Perusahaan;

Selain faktor eksternal, perumusan strategi juga memerlukan data tentang lingkungan internal perusahaan. Lingkungan internal perusahaan sebagai data perumusan strategi yaitu kekuatan dan kelemahannya. Jika perumus strategi dapat mengidentifikasi dengan baik maka akan terjadi salah satu dasar strategi yang akan diterapkan. Strategi tersebut nantinya akan membuat kekuatan perusahaan akan menjadi lebih optimal dan kelemahan perusahaan juga akan dikelola dengan baik.

Menetapkan tujuan jangka panjang

Setelah mengetahui tentang kelemahan dan kekuatan internal perusahaan, selanjutnya adalah menetapkan tujuan jangka panjang.

Menentukan Alternatif Strategi

Alternatif strategi diperlukan untuk mendapatkan pilihan strategi yang banyak dan bisa dipilih. Setiap

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

strategi tentunya memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing.

Memilih strategi untuk dilaksanakan

Tahap terakhir dalam perumusan strategi adalah memilih strategi yang terbaik yang bisa diterapkan dalam perusahaan. Pembuat strategi tentu memiliki alasan tersendiri dalam memilih strategi yang cocok bagi perusahaan. Pilihan tersebut tentunya telah melalui proses sebelumnya dengan memperhatikan berbagai macam faktor.

Pengembangan Usaha

Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (starting), ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan franchising. Hal yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik.

Melaksanakan suatu pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain (Anoraga:2007).

Memulai suatu usaha yang baru, modal utama yang harus pertama kali adalah ide baik, baik ide untuk melakukan pengembangan maupun ide untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Setelah memiliki ide, sebaiknya segera dilakukan analisis kelayakan usaha seperti analisis kekuatan kelemahan, peluang dan ancaman. Selanjutnya ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk mengelola usaha yaitu perencanaan usaha, pengelolaan keuangan, strategi

usaha dan teknik pengembangan usaha (Suryana: 2006).

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (starting), membangun kerja sama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan franchising. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

Tahapan Pengembangan Usaha

Menurut Anoraga (2007:90), ada beberapa tahapan pengembangan usaha antara lain:

Tahap I: Identifikasi Peluang

Perlu mengidentifikasi peluang dengan didukung data dan informasi, informasi biasanya dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti:

- 1) Rencana Perusahaan
- 2) Saran Dan Usul Manajemen Kecil
- 3) Program Dari Pemerintah
- 4) Hasil Dari Berbagai Riset Peluang Us
- 5) Kadin Atau Asosiasi Usaha Sejenis

Tahap II: Merumuskan Alternatif Usaha

Setelah informasi terkumpul dan dianalisis maka pimpinan perusahaan atau manajer usaha dapat dirumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.

Tahap III: Seleksi Alternatif

Alternatif yang banyak selanjutnya harus dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik dan prospektif. Untuk usaha yang prospektif dasar pemilihannya antara lain dapat menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a) Ketersediaan pasar
- b) Resiko kegagalan
- c) Harga

Tahap IV: Pelaksanaan Alternatif Terpilih

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

Setelah penentuan alternatif maka tahap selanjutnya pelaksanaan usaha yang terpilih.

Tahap V: Evaluasi

Evaluasi dimaksud untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. Di samping itu juga diarahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya.

Teknik Pengembangan Usaha

Peningkatan Skala Ekonomis

Menurut Suryana (2006:156) cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha. Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan output akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis (economics of scale). Sebaliknya bila peningkatan output mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang (diseconomics of scale), maka tidak baik untuk dilakukan.

Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha (economics of scope). Skala ekonomi menunjukkan pengurangan biaya perusahaan akibat kenaikan output. Maka kurva pengalaman atau kurva belajar (*Learning Curve*) menunjukkan pengurangan biaya yang muncul akibat kenaikan volume secara akumulatif.

Perluasan Cakupan Usaha

Menurut Suryana (2006:165) Cara ini bisa dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi (diversifikasi), serta dengan teknologi yang berbeda. Misalnya, usaha jasa angkutan kota diperluas dengan usaha jasa bus pariwisata, usaha jasa

pendidikan diperluas dengan usaha jasa pelatihan dan kursus-kursus.

Dengan demikian, lingkup usaha ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomis yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan (joint total production cost) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produksi secara bersama-sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing-masing produk apabila diproduksi secara terpisah.

Perluasan cakupan usaha ini bisa dilakukan apabila wirausaha memiliki permodalan yang cukup. Sebaliknya, lingkup usaha tidak ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha yang tidak ekonomis, dimana biaya produksi total bersama (joint total production cost) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih besar daripada penjumlahan biaya produksi dari masing-masing jenis produk itu apabila diproduksi secara terpisah. Untuk memperluas skala ekonomi atau cukup, lingkup ekonomi, bila pengetahuan usaha dan permodalan yang cukup, wirausaha bisa melakukan kerjasama dengan perusahaan lain melalui usaha patungan (joint venture), atau kerja sama manajemen melalui sistem kemitraan.

Jenis-jenis Strategi Pengembangan Usaha

Rengku (2009:4) Strategi adalah "alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya".

Strategi pengembangan produk

Menurut David (2009:251) Pengembangan produk adalah mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru". Pengembangan produk biasanya membutuhkan pengeluaran yang besar untuk penelitian dan pengembangan.

Strategi pengembangan produk ini dipilih untuk dijalankan oleh suatu perusahaan dalam rangka memodifikasi produk yang ada sekarang atau penciptaan produk yang baru atau yang masih terkait

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

dengan produk yang sekarang. Dengan demikian produk baru atau yang dimodifikasi tersebut dapat dipasarkan kepada pelanggan yang ada sekarang melalui saluran pemasaran yang ada. Gagasan strategi ini dipilih untuk dijalankan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Di samping itu sekaligus melakukan pengembangan produk, bagi upaya mendalami pengaruh dari siklus yang dikenal sebagai *productlifestyle*.

Penekanan dari pelaksanaan strategi pengembangan produk adalah untuk meningkatkan daya Tarik produk, dan sekaligus menjaga citra dari merek dan reputasi perusahaan, serta memberikan pengalaman positif bagi pelanggan.

Strategi pengembangan Pasar

David (2009:251) mengemukakan bahwa Pengembangan pasar adalah “memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis baru”. Strategi pengembangan pasar dipilih untuk dijalankan dengan pertimbangan dapat dilakukan pengkoordinasian, sehingga akan dapat dicapai biaya pengorbanan yang lebih rendah dan resiko yang dihadapi lebih kecil. Penekanan dari strategi ini adalah pada pemasaran produk yang sekarang dijalankan, dengan pertimbangan telah dimilikinya keahlian dan keterampilan dalam pengoperasian baik untuk pelanggan yang ada, maupun untuk pelanggan baru.

Dalam hal ini kegiatan yang ditingkatkan adalah penambahan saluran distribusi dan cabang perusahaan, serta mengubah dan meningkatkan program iklan dan promosi.

c. Strategi Pengembangan yang Terkonsentrasi

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi memfokuskan pada peningkatan pelayanan terhadap konsumen. Menurut Pearce dan Robinson (2008) suatu pertumbuhan konsentrasi “merupakan strategi perusahaan yang langsung menekankan pemanfaatan sumber daya untuk meningkatkan pertumbuhan dari suatu produk tunggal. Pemilihan secara rasional atas pendekatan ini adalah melakukan penetrasi pasar dengan strategi terkonsentrasi, yang dimanfaatkan

perusahaan atas pengalaman pengolahan operasi bisnis perusahaan di dalam suatu arena bisnis persaingan”.

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi diarahkan untuk mempertinggi kinerja perusahaan. Dimungkinkannya hal ini, karena didukung oleh kemampuan menilai kebutuhan pasar, pengetahuan tentang perilaku pembeli, sensitivitas harga pelanggan dan efektivitas dari iklan dan promosi. Suatu perusahaan menjalankan strategi pertumbuhan yang terkonsentrasi secara berhasil, bila didukung oleh pengembangan keterampilan atau *skills*, dan kompetensi bagi upaya pencapaian keberhasilan bersaing.

d. Strategi Inovasi

Menurut Drucker (2007) inovasi adalah tindakan yang memberi sumber daya kekuatan dan kemampuan baru untuk menciptakan kesejahteraan. Strategi inovasi selalu dibutuhkan perusahaan baik untuk produksi-produksi industri, maupun untuk barang-barang konsumsi, karena selalu diharapkan adanya perubahan atau kemajuan dari produk yang ditawarkan.

Didalam persaingan, kompetensi suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu melakukan inovasi, baik yang terkait dengan inovasi produk untuk menemukan produk baru atau produk modifikasi, maupun inovasi proses yang dapat menghasilkan produk yang sama dengan biaya yang lebih murah, sebagai akibat digunakannya teknologi baru yang lebih maju.

Pengertian inovasi ini tidak hanya terbatas pada benda atau barang hasil produksi saja, tetapi mencakup ide, teknologi, perilaku, dan praktik-praktek baru yang belum ditemukan atau digunakan oleh sebagian masyarakat tertentu.

Analisis Lingkungan Internal

Produksi

Fungsi produksi atau operasi dalam bisnis terdiri atas segala aktivitas yang merubah input menjadi barang dan jasa. Produksi atau manajemen operasi

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

berkaitan dengan input, transformasi, dan output yang berbeda-beda di industri dan pasar. Aktivitas produksi atau operasi sering mewakili bagian terbesar dari aset sumber daya manusia dan modal perusahaan (David, 2011). Fungsi dasar dalam produksi / operasi (David, 2011):

Proses

Keputusan ini meliputi pilihan teknologi, tata letak fasilitas, analisa aliran proses, lokasi fasilitas, pengendalian proses, dan analisa transportasi. Jarak dari bahan baku ke lokasi produksi lalu kepada pelanggan merupakan pertimbangan utama.

Kapasitas

Keputusan ini meliputi peramalan, perencanaan fasilitas, perencanaan agregat, penjadwalan, perencanaan kapasitas, dan analisis antrian. Utilitas kapasitas merupakan pertimbangan utama.

Persediaan

Keputusan ini melibatkan pengelolaan bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi, terutama mengingat apa yang dipesan, kapan harus memesan, berapa banyak yang dipesan, dan penanganan bahan.

Tenaga Kerja

Keputusan ini melibatkan pengelolaan karyawan yang terampil, tidak terampil, rohaniwan, dan manajerial karyawan dengan mengelola rancangan kerja, pengukuran kerja, pengembangan kerja, standar kerja, dan teknik motivasi.

Kualitas

Keputusan ini memiliki tujuan untuk memastikan kualitas barang atau jasa yang diproduksi memiliki kualitas tinggi dengan pengendalian kualitas, pengawasan, sampling, pengujian, jaminan kualitas, dan pengendalian biaya.

Pemasaran

Menurut David (2011), pemasaran dapat dideskripsikan sebagai proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan, memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atas barang dan jasa

Keuangan.

Menurut James VanHorne, fungsi keuangan terdiri dari 3 keputusan yaitu keputusan investasi, keputusan keuangan, keputusan deviden. (David, 2011). Menurut David (2011) fungsi keuangan organisasi dapat dianalisis menggunakan beberapa rasio, salah satunya adalah rasio pertumbuhan (growth ratio), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonominya dalam pertumbuhan ekonomi dan industri.

Sumber Daya Manusia

Dalam manajemen sumber daya manusia meliputi perekrutan, penyeleksian, pelatihan dan pengembangan, dan kompensasi.

Analisis Lingkungan Eksternal

Model Lima Kekuatan Porter; Porter's Five Forces Model merupakan salah satu pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi pada sebuah industri atau perusahaan. Porter's Five-

Forces Model ini merupakan perpaduan dari lima kekuatan, yaitu persaingan antar perusahaan saingan, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan produk-produk pengganti, daya tawar pemasok, dan daya tawar konsumen (David, 2012).

Persaingan Antar Perusahaan Saingan

Persaingan antar perusahaan saingan ini salah satu faktor yang penting dalam mengembangkan strategi perusahaan. Strategi yang dijalankan sebuah perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila mempunyai keunggulan kompetitif dalam strategi yang dijalankan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Strategi yang dijalankan dapat berupa penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, dll (David, 2012).

Potensi Masuknya Pesaing Baru

Apabila perusahaan baru dapat dengan mudah masuk ke dalam industri tertentu, maka intensitas persaingan antar perusahaan saingan akan meningkat.

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

Hambatan akan masuknya perusahaan baru mencakup kebutuhan untuk mencapai skala ekonomi secara tepat, kebutuhan untuk menguasai teknologi, kurangnya pengalaman, loyalitas konsumen yang kuat, pandangan terhadap merk yang kuat, modal yang besar, kurangnya saluran distribusi, kurangnya akses ke bahan mentah, lokasi yang kurang menguntungkan, dan potensi terhadap kekuatan pasar (David, 2012).

Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti

Dengan adanya produk-produk pengganti dapat menentukan batas untuk harga yang dapat dibebankan sebelum konsumen beralih ke produk pengganti. Batas tertinggi dari harga setara dengan batas tertinggi laba dan kompetisi yang lebih intens antar pesaing. Besarnya sebuah tekanan kompetitif yang berasal dari pengembangan produk pengganti biasanya ditunjukkan oleh rencana pesaing untuk mengembangkan kapasitas produksi, selain tingkat penjualan dan laba.

Tekanan kompetitif dari produk pengganti bertambah, ketika harga produk pengganti menurun dan ketika biaya peralihan konsumen menurun. Kekuatan kompetitif produk pengganti dapat diukur lewat penelitian terhadap pangsa pasar yang berhasil dari produk tersebut dan juga dari rencana perusahaan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan penetrasi pasar (David, 2012).

Daya Tawar Pemasok

Dalam hal ini perusahaan mungkin saja melakukan strategi integrasi mundur untuk mendapatkan kontrol atau kepemilikan dari pemasok. Strategi ini akan menjadi efektif, apabila pemasok tidak dapat dipercaya, terlalu mahal, atau tidak dapat memenuhi kebutuhan secara konsisten. Secara umum, perusahaan dapat menegosiasikan syarat-syarat yang lebih menguntungkan dengan pemasok ketika integrasi mundur merupakan salah satu strategi yang umum digunakan di kalangan industri yang saling bersaing (David, 2012).

Analisis Swot

Menurut David (2009) analisis SWOT adalah sebuah alat pencocokan penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi: strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT (kelemahan-ancaman).

Mencocokkan faktor internal dan eksternal utama merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik, dan tidak ada satu pun paduan yang paling benar. (David, 2009) Matrik SWOT merupakan matching tool (alat penyesuaian) yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi. Keempat strategi tersebut adalah sebagai berikut:

Strategi SO (Strengths-Opportunities)

Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada diluar perusahaan.

Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)

Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal.

Strategi ST (Strengths-Threats)

Makna terhadap Data. Dibawah ini adalah Konsep kerangka teori dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada PT. Nusantara Jaya Merauke.

Pengertian yang luas, metode penelitian adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yakni suatu pendekatan yang juga tersebut pendekatan investigasi karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan para pegawai PT. Nusantara Jaya Merauke. Dengan demikian penulis dapat memperoleh data yang objektif dalam rangka

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

mengetahui strategi pengembangan usaha PT. Nusantara Jaya Merauke.

Melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dan ancaman-makna terhadap data. Dibawah ini adalah Konsep kerangka teori dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada PT. Nusantara Jaya Merauke.

Pengertian yang luas, metode penelitian adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yakni suatu pendekatan yang juga tersebut pendekatan investigasi karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan para pegawai PT. Nusantara Jaya Merauke. Dengan demikian penulis dapat memperoleh data yang objektif dalam rangka mengetahui strategi pengembangan usaha PT. Nusantara Jaya Merauke.

Strategi WT (Weaknesses-Threats)

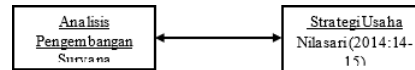
Strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal dan berusaha menghindari ancaman.

Dalam mengadakan sebuah penelitian, maka tidak terlepas dari tinjauan yang relevan dengan tujuan untuk memperkuat hasil penelitian, sebagai pedoman penelitian dan untuk membandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu sebagai berikut:

Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Strategis Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Ekspedisi Barang Antara Pulau pada PT. Bumi Indah Lines di Surabaya. (Nastasya Yosepha Samapaty, 2015 Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra, Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya)	Setiap perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnis memerlukan strategi yang mampu menempatkan perusahaan pada posisi yang terbaik, mampu bersaing serta terus berkembang dengan mengoptimalkan semua potensi sumber daya yang dimiliki. Dalam merumuskan strategi bersaing, perusahaan perlu memahami kondisi internal dan eksternal.
2.	Strategis Pengembangan Bisnis CARIGO PT. Garuda Indonesia, TBK dengan Pendekatan Business Model Canvas. (Ahmad Fariz Viali, Amzul Rifin, dan Imam Teguh Saptono, 2017)	Customer segment, channel, dan revenue streams. Five forces porter analysis dan Industry foresight pada industri Cargo menjadi masukan pada perbaikan 3 elemen blok. Perubahan elemen customer segmen, yaitu target pasar menjadi lebih luas dari customer port to port menjadi customer door to door.

Kerangka Teori



Gambar 2. 1. Kerangka Teori

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada PT Nusantara Jaya Merauke. Yang beralamat di Jalan Yos Sudarso, dengan waktu kurang lebih tiga bulan yaitu sejak bulan Februari 2021 s/d bulan Mei 2021. Penelitian diawali dengan tahap persiapan materi, observasi lapangan, wawancara dan tahap pengambilan data

pada PT Nusantara Jaya Merauke. Sugiyono (2002 : 1) mendefinisikan metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Selanjutnya dalam kerangka teori merupakan bagian dari persoalan yang diteliti untuk membantu dalam memberi makna terhadap data. Dibawah ini adalah Konsep kerangka teori dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada PT. Nusantara Jaya Merauke.

Pengertian yang luas, metode penelitian adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yakni suatu pendekatan yang juga tersebut pendekatan investigasi karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan para pegawai PT. Nusantara Jaya Merauke. Dengan demikian penulis dapat memperoleh data yang objektif dalam rangka

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

mengetahui strategi pengembangan usaha PT. Nusantara Jaya Merauke.

Teknik pengumpulan data sebagai suatu metode yang independent terhadap metode analisis dan atau bahkan menjadi alat utama metode dan teknik analisis data. Untuk mendukung penulisan skripsi ini, ada beberapa teknik pengumpulan data yang penulis gunakan, yakni:

Observasi

Sugiono (2015 : 310) Observasi yaitu “pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku obyek sasaran”

Metode observasi yaitu melakukan secara langsung ke obyek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan oleh Kapal Cargo PT Nusantara Jaya Merauke. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh gambaran riil dari suatu peristiwa. Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipan. Yaitu observasi yang melibatkan peneliti / pengamat untuk mengambil bagian dalam penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap.

Wawancara Semi Terstruktur (Semistructured Interview)

Sugiono (2015:320) Wawancara yaitu sebuah proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang-orang yang diwawancarai dan jawaban responden di catat atau direkam dengan alat perekam. Dalam hal ini peneliti menggunakan model wawancara semi terstruktur. Wawancara dilakukan dengan terlebih dahulu menyiapkan pertanyaan-pertanyaan dan jawaban alternatifnya dalam pelaksanaannya lebih bebas dan terbuka dimana pihak informan diminta pendapat dan ide-ide dan pewawancara mencatat apa yang disampaikan informan. Dalam Teknik pemilihan informan, peneliti memilih untuk mewawancarai

seseorang yang menjadi kunci dari penelitian dan stakeholder yang terkait.

Dokumentasi

Dokumentasi yaitu digunakan untuk memperoleh data-data sekunder yang berupa keterangan-keterangan, catatan-catatan, laporan dan sebagainya yang ada kaitannya dengan masalah yang akan diteliti. Sementara itu Arikunto (2002:135) menyatakan dalam melakukan metode dokumentasi, peneliti menyelidik benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.

Teknik dokumentasi ialah teknik pengumpulan data, yang ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian. Dokumentasi dilakukan dengan cara mencatat atau foto aktivitas karyawan yang berada di PT Nusantara Jaya Merauke.

Tahap-tahap penelitian, dibagi menjadi 3 tahap, diantaranya:

Tahap sebelum terjun ke lapangan (obyek penelitian)

Kegiatan yang dilakukan peneliti sebelum terjun ke obyek penelitian, meliputi: menentukan fokus penelitian, penyesuaian paradigma dengan teori, penjabaran alat peneliti (melakukan observasi lapangan, permohonan izin kepada subyek pihak yang diteliti, konsultasi focus penelitian, dan penyusunan fokus penelitian).

Tahap pekerjaan lapangan

Pengumpulan bahan-bahan yang terkait dengan strategi dalam pengembangan bisnis oleh PT Nusantara Jaya Merauke. Data tersebut diperoleh dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

Tahap Analisis Data

Meliputi analisis data baik yang diperoleh melalui observasi, wawancara secara mendalam untuk menganalisis terkait manajemen pengelolaan ekowisata pedangan kaki lima di Taman Senggani Petung, melakukan pengecekan keabsahan data dengan cara mengecek sumber data yang didapat dan metode data.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

Strategi Pengembangan Usaha

Dari hasil penelitian dan wawancara yang peneliti lakukan dengan Pimpinan Perusahaan yaitu, Bapak Husen Sena Direktur Pt Nusantara Jaya Merauke, peneliti merangkum bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh PT Nusantara Jaya Merauke yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana perusahaan ini mengembangkan usaha cargo dengan daerah operasi Pelabuhan Merauke menuju Surabaya dan sebaliknya Surabaya ke Merauke dan selanjutnya juga melayani jasa pendistribusian barang ke daerah-daerah sekitar Merauke.

Perusahaan ini dalam mengembangkan usahanya dengan memperhitungkan faktor internal dan faktor eksternal yang diintegrasikan dengan Analisa SWOT.

Analisa Faktor Internal Perusahaan

Adalah Analisa yang dipergunakan oleh PT Nusantara Jaya Merauke tentang hal-hal yang berpengaruh dalam perusahaan itu sendiri yaitu:

Operasi;

Fungsi operasi PT Nusantara Jaya Merauke dalam bisnisnya terdiri atas segala aktivitas yang merubah input menjadi barang dan jasa. Yaitu jasa angkutan barang peti kemas dalam bentuk kontainer dari Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya menuju Pelabuhan Merauke dan sebaliknya pelayanan jasa angkut dari Pelabuhan Merauke menuju pulau Jawa khususnya ke Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya, Jawa Timur. Serta juga melayani jasa pendistribusian barang-barang ke berbagai daerah di Merauke dan sekitarnya yang meliputi;

Proses

Proses; yaitu seluruh hal yang berhubungan dengan fasilitas kapal angkut sejak proses pemuatan barang dari pelabuhan keberangkatan dan pelayaran sampai ke pelabuhan tujuannya yaitu pelabuhan Merauke serta bagaimana dengan keamanan pelayaran, keamanan barang yang dimuat serta kelengkapan ijin berlayar dan dokumen yang berhubungan dengan kepelayaran kapal cargo bongkar muat serta

ketersediaan kontainer yang dimiliki dan juga fasilitas Gudang dengan area parkir yang luas untuk bongkar muat barang. Sekarang ini PT Nusantara Jaya membenahi Gudang dan area parkir untuk bongkar muat barang.

Kapasitas

Kapasitas; hal ini oleh PT Nusantara Jaya Merauke meliputi penyediaan ruang dan tempat berupa fasilitas, perencanaan dan penjadwalan pelayaran, rute pelayaran, dan analisis antrian. Kapasitas Gudang merupakan pertimbangan utama.

Tenaga Kerja; PT Nusantara Jaya Merauke memiliki tenaga kerja yang handal, yang terbagi atas pegawai manajerial beserta staf kantor Berjumlah 6 Pegawai maupun tenaga kerja operasional pelayaran yang berjumlah 6 Orang dibantu oleh buruh harian Berjumlah 15 Orang untuk bongkar muat di Pelabuhan.

Pemasaran;

Pebagaimana pendapat David (2011), pemasaran dapat dideskripsikan sebagai proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan, memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atas barang dan jasa. Maka oleh PT Nusantara Jaya Merauke hal sebagai berikut:

Customer Analysis

Customer Analysis; PT Nusantara Jaya Merauke memberi kesempatan kepada para konsumen untuk mengawasi dan melihat barang-barang mereka pada saat mulai dari penimbangan, peti kemas dan atau pemuatan ke dalam kontainer, sehingga para konsumen memastikan bahwa barang mereka aman.

Pricing (Penentuan Harga)

Pricing (Penentuan Harga) PT Nusantara Jaya Merauke memberlakukan harga yang sangat bersaing dimana daftar harga dapat dilihat oleh para konsumen dipapan pengumuman daftar harga yang berlaku saat itu. Ataupun para konsumen dapat mengambil daftar harga yang disediakan depan kantor. Harga-harga tersebut sudah sesuai dengan tarif pelayaran sesuai

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

dengan rute dan tujuan. Harga tersebut termasuk jaminan atau asuransi pengiriman barang.

Distribusi

Distribusi; PT Nusantara Jaya Merauke menyediakan jasa distribusi barang kiriman ke daerah Gudang konsumen. Jadi selain mempunyai Gudang di Pelabuhan juga dapat mengantarkan barang tersebut ke Gudang para konsumen.

Penelitian Pemasaran; PT Nusantara Jaya Merauke mempunyai staf yang secara khusus melakukan pemantauan perkembangan operasi/pemasaran yang berhubungan dengan kapal cargo serta bongkar muat, termasuk perkembangan harga dan lain sebagainya.

Keuangan. Sejalan dengan pendapat James Van Horne dalam David (2011: 118), dalam analisa strategi pengembangan usaha fungsi keuangan terdiri dari 3 keputusan yaitu keputusan investasi, keputusan keuangan, keputusan deviden, dimana PT Nusantara Merauke melakukan hal yang berhubungan dengan keuangannya yaitu;

Pertama

Penyisihan dana dari keuntungan untuk keperluan investasi perusahaan, dalam hal ini adalah pengembangan usaha sesuai dengan target yang telah ditentukan sebelumnya.

Kedua

PT Nusantara Jaya Merauke memiliki struktur keuangan yang menyangkut bauran pendanaan yang berasal dari modal sendiri dan utang yang akan digunakan oleh perusahaan. Pemilihan struktur keuangan ini pada akhirnya menyangkut penentuan banyaknya utang (leverage keuangan) yang akan digunakan oleh perusahaan untuk mendanai aktivitasnya. Pendanaan dengan modal sendiri maupun dengan menggunakan utang akan menimbulkan biaya. Biaya ini dikenal dengan istilah biaya modal.

Ketiga

Keputusan deviden. Merupakan keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan aset secara efisien, terutama dalam hal aktiva lancar dan aktiva tetap.

Pengelolaan aktiva lancar berkaitan erat dengan manajemen modal kerja dan yang berkaitan dengan aktiva tetap Kebijakan dividen merupakan kebijakan untuk membagikan sebagian keuntungan perusahaan kepada para pemegang saham. Keputusan dividen juga menentukan porsi laba yang akan dibagikan dan juga porsi laba yang akan disimpan sebagai laba ditahan. Hal inilah yang menjadikan PT Nusantara Jaya Merauke dapat tetap bertahan melewati krisis akibat Covid-19 yang banyak menghantam perusahaan hingga pada gulung tikar.

Sumber Daya Manusia

PT Nusantara Jaya Merauke memiliki sumber daya manusia yang handal dan profesional, jumlah karyawan yang dimiliki oleh perusahaan ini adalah PT Nusantara Jaya Merauke dalam pengelolaan sumber daya manusia dan keputusannya selalu berpedoman pada "apabar siapa" artinya pekerjaan apa yang akan dikerjakannya baru setelah itu mencari siapa yang akan mengerjakannya. Dalam hubungannya dengan upah atau kompensasi, PT Nusantara Jaya Merauke menerapkan upah minimum yang khusus bagi pelayaran dan upah minimum yang berlaku khusus bagi tenaga bongkar muat di Pelabuhan.

Sejalan dengan itu karena setiap karyawan mengharapkan untuk diberikan kompensasi untuk pekerjaan mereka, penting untuk memiliki strategi kompensasi yang layak. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Coulter (2005) bahwa sistem kompensasi organisasi secara langsung berdampak bagaimana menarik, mempertahankan, dan memotivasi karyawan.

Analisa Faktor Eksternal Perusahaan

PT Nusantara Jaya Merauke dalam menganalisa faktor-faktor eksternal mengacu pada Porter's Five-Forces Model merupakan salah satu pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi pada sebuah industri atau perusahaan. Porter's Five-Forces Model ini merupakan perpaduan dari lima kekuatan, yaitu persaingan antar perusahaan saingan, potensi masuknya pesaing baru,

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

potensi pengembangan produk-produk pengganti, daya tawar pemasok, dan daya tawar konsumen (David, 2012).

Persaingan Antar Perusahaan Saingan, Persaingan antar perusahaan saingan ini salah satu faktor yang penting dalam mengembangkan strategi perusahaan. Strategi yang dijalankan sebuah perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila mempunyai keunggulan kompetitif dalam strategi yang dijalankan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Strategi yang dijalankan dapat berupa penurunan harga, peningkatan kualitas, penambahan fitur, penyediaan layanan, (David, 2012). Hal yang dilakukan oleh PT Nusantara Jaya Merauke adalah usaha peningkatan kualitas khususnya dalam hal jaminan keberangkatan dan sampai pada tujuan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Potensi Masuknya Pesaing Baru, Oleh karena itu, tugas penyusunan strategi adalah mengidentifikasi perusahaan-perusahaan baru yang berpotensi masuk ke pasar, memonitor strategi perusahaan pesaing baru, menyerang balik jika diperlukan, dan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Ketika ancaman perusahaan pesaing baru yang masuk ke pasar kuat, perusahaan yang telah ada umumnya memperkuat posisi mereka dan mengambil tindakan yang untuk menghambat perusahaan pesaing baru masuk ke dalam pasar. Sejalan dengan itu PT Nusantara Jaya Merauke menurunkan harga dengan melakukan kalkulasi ulang tarif yang sudah berlaku, artinya ada penyeluaian tarif serta menambah jenis pelayanan, menawarkan paket-paket yang menggiatkan, atau lain menawarkan paket antar sampai pada Gudang konsumen.

Potensi Pengembangan Produk-Produk Pengganti, pada point ketiga ini, PT Nusantara Jaya Merauke melakukan penambahan jasa layanan lain yang lebih kompetitif, selain jasa layanan yang sudah dijalankan, seperti ukuran peti kemas dan lain sebagainya.

Daya Tawar Pemasok, untuk hal ini PT Nusantara Jaya Merauke melakukan dan membina hubungan baik dengan penyedia layanan, serta membentuk organisasi sebagai wadah para penyedia jasa layanan kapal cargo dan bongkar muat. Hal ini dilakukan supaya tidak ada sesama penyedia layanan melakukan sabotase atau pun merusak harga atau tarif layanan.

Daya Tawar Konsumen, Faktor ini mempertimbangkan bagaimana perubahan harga mempengaruhi keputusan pelanggan dan kemampuan mereka untuk menurunkan harga atau tarif. Dalam hal ini PT Nusantara Jaya Merauke selalu membuat surat perjanjian layanan untuk pelanggan besar sehingga mereka tidak dengan gampang menuntut penurunan tarif layanan.

Dengan melakukan analisa baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal tersebut, PT Nusantara Jaya Merauke dapat lebih lanjut melakukan analisa strategi pengembangan usaha dengan mengintegrasikan analisa tersebut dengan analisa SWOT sebagai berikut:

Analisa SWOT

PT. Nusantara Jaya Merauke didirikan oleh Bpk Husen Sena pada tahun 2007 Perusahaan ini bergerak di bidang jasa angkutan laut (kapal kargo dan bongkar muat) yang melayani pelayaran Tanjung Perak Surabaya menuju Pelabuhan Merauke dan sebaliknya Pelabuhan Merauke menuju Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya. PT Nusantara Jaya Merauke berkantor di Jln. Yosudarso. PT Nusantara Jaya Merauke ini didirikan untuk untuk menjawab kebutuhan masyarakat Papua khususnya Merauke dan sekitarnya akan pendistribusian kebutuhan berbagai macam barang yang harus dikirim dari luar Papua. Perusahaan ini selain mempunyai Kapal Cargo, juga mempunyai armada jasa angkut untuk pendistribusian barang kebutuhan keberbagai daerah disekitar Merauke.

Analisis SWOT PT. ABC adalah sebagai berikut:

Kekuatan

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

Kekuatan yang dimiliki oleh PT Nusantara Jaya Merauke adalah memiliki beberapa Kapal Cargo yang besar, dantelah berpengalaman melakukan pelayaran antar pulau khususnya dari pulau Jawa ke Indonesia bagian Timur, hingga sampai ke Pelabuhan Merauke. Perusahaan ini juga memiliki pelanggan yang setia, bahkan kadang pelanggan perusahaan ini yang membawakonsumentenbaru.

PT Nusantara Jaya Merauke senantiasa menjaga kualitas layanan dan selalu membina baik hubungannya dengan para pelanggan. Kekuatan lain yang dimiliki oleh PT Nusantara Jaya Merauke adalah mempunyai layanan antar barang sampai pada Gudang pelanggan selain mempunyai Gudang di PelabuhanMerauke sebagai Gudang induk.

Kelemahan(Weakness)

PT Nusantara Jaya Merauke mempunyai Gudang induk yang berlokasi di daerah pelabuhan, dalam perkembangannya sudah kurang memadai karena bangunan sudah tua dan lahan parkir yang sudah semakin sempit akibat dari semakin berkembangnya pelabuhan dan semakin ramainya kegiatan bongkar muat, sehingga kadang untuk parkir harus mencari tempat yang bukan lahan PT Nusantara jaya Merauke

Peluang(Opportunities)

Peluang yang bisa dimanfaatkan oleh PT Nusantara Jaya Merauke adalah bahwa perusahaan yang beroperasi melayani pelayaran transportasi laut dari Tanjung Perak Surabaya yang langsung ke Pelabuhan terakhir Merauke, belum seramai dengan rute pelayaran ke daerah lain, dalam arti kata bahwa kapal dari Surabaya ke Merauke dan sebaliknya belum terlalu banyak, jadi PT Nusantara Jaya Merauke masih mempunyai peluang besar untuk mengembangkan usahanya dalam hal ini memperbesar jaringan masih terbuka lebar. Selain itu peluang-peluang lain adalah bahwa tidak banyak pengusaha yang tertarik untuk melayani rute sampai kepada Pelabuhan Merauke karena harus mempunyai keberanian serta membutuhkan modal yang sangat besar.

Untuk di Pelabuhan Merauke sendiri PT Nusantara Jaya Merauke ini, masih sangat memungkinkan untuk menominasi usaha bongkar muat disebabkan karena mempunyai hubungan yang sangat baik dengan para penyedia pendistribusian barang-barang sampai ke daerah-daerah.

Ancaman(Threats)

Ancaman PT Nusantara Jaya Merauke adalah adanya perusahaan pesaing sejenis yang didukung oleh modal asing. Biasanya mereka membentuk konsorsium dalam usaha pelayaran, yang dapat melayani rute keberbagai Pelabuhan di Indonesia bagian Timur, termasuk Sulawesi, Kalimantan dan daerah-daerah lain, sehingga mereka bukan hanya mengangkut barang secara khusus dari Surabaya tetapi barang dari Sulawesi, Kalimantan dan sebagainya juga terdistribusikan ke Merauke.

Hal ini dapat memberi peluang kepada para pedagang untuk tidak hanya konsentrasi mengambil barang hanya dari Surabaya namun juga dari daerah lain, dimana PT Nusantara Jaya Merauke tidak mempunyai akses langsung ke daerah tersebut.

Strategi alternatif yang dapat diterapkan bagi PT Nusantara Jaya Merauke adalah Strategi Pengembangan Bisnis dengan memperkuat posisinya sebagai perusahaan pelayaran yang fokus untuk melayani pelayaran Tanjung Perak Surabaya ke Merauke, dengan memperhitungkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, serta juga mengintegrasikan pengembangan tersebut dengan analisa faktor-faktor internal, sehingga perusahaan ini tetap eksis sebagai perusahaan pelayaran yang tangguh dan kuat di era persaingan yang bebas.

Berdasarkan analisa yang telah dijabarkan diatas, PT Nusantara Jaya Merauke sebaiknya melakukan investasi usaha agar bisnis jasa angkutan Pelayaran Kapal Cargo dan Bongkar Muat dapat lebih berkembang dan dapat memperluas daerah jaringan khususnya pelayanannya. Hal ini dilakukan karena usaha Pelayaran Kapal Cargo membutuhkan modal yang sangat besar.

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA PT. NUSANTARA JAYA MERAUKE

Strategi yang digunakan pada penelitian ini setelah melakukan analisa kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Analisa lingkungan internal meliputi: aspek operasi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Sedangkan untuk aspek lingkungan eksternal meliputi: rivalry among competing firm, potential entry of new competitors, potential development of substitute product, bargaining power of suppliers dan bargaining power of customer. Setelah mengetahui analisa lingkungan internal dan eksternal maka dapat diketahui SWOT (Strength, Weakness, Opportunities dan Threats) PT Nusantara Jaya Merauke.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

PT Nusantara Jaya Merauke melakukan strategi pengembangan bisnisnya dengan memperhitungkan lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang diintegrasikan dengan analisa SWOT, dimana PT Nusantara Jaya Merauke mempunyai kekuatan dan peluang sebagai dasar untuk mengembangkan perusahaan.

Saran

Dari hasil analisis dan pembahasan dari penelitian ini, maka penulis dapat menyarankan agar, PT. Nusantara Jaya Merauke, sedapat mungkin segera memperbesar dan membangun Gudang baru untuk menampung konteiner bongkar muat sehingga kapasitas penampungan lebih besar, serta dapat mengembangkan atau memperluas rute pelayanan untuk beberapa Pelabuhan Laut sebelum Pelabuhan terakhir di Merauke.

DAFTAR PUSTAKA

Anoraga.P (2007). pengantar bisnis dalam era globalisasi. Jakarta: Rineka Cipta.
Arikunto. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Bateman, Thomas S. & Snel, Scott. A. (2004). Management: The new competitive landscape. New York: McGraw-Hill.
Budiarta, Kustoro. (2009). Pengantar Bisnis, Jakarta: Mitra Wacana Media.
Coulter, Mary. (2005). Strategic management in action. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
David, Fred. R. (2009). Manajemen Strategis. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
David, Fred. R. (2011). Strategic Management Concept and Cases. England: Pearson Education Limited.
David, Fred. R. (2012). Manajemen Strategis Konsep. Jakarta: Salemba Empat.
Ford, Brian R. dkk. (2008) The Ernst & Young Business Plan, Jakarta: PTCahaya Insani Suci
Pearce dan Robinson. (2008). Manajemen Strategi. Jakarta: Salemba Empat
Suryana. (2006). Pedoman kiat dan proses menuju sukses. Jakarta: Salemba Empat
Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Penerbit Alfabeta.
Sugiyono. (2012). Memahami penelitian kualitatif. Bandung: Penerbit Alfabeta.
Thamrin Abdullah, F. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
Tjiptono. (2008). Strategi Pemasaran. Malang:

JURNAL
MANAJEMEN & BISNIS
INSSN 2303 - 0313

Diterbitkan oleh: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Saint Theresa, Merauke

Jl. Nusa Barong No.1 Merauke Papua Selatan 10130.Tel (0971) 33333501 Email: stie@sainttheresa.ac.id