

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang diangkat oleh penulis yaitu mengenai Analisis Diversifikasi PT Jasa Marga (Cabang Purbaleunyi) Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Non-Tol, maka oleh penulis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Keadaan yang mengharuskan perusahaan mencari keuntungan sendiri membuat PT Jasa Marga diberikan kewenangan lain dan penambahan hak-hak dikarenakan harus membiayai sendiri sebagai investor. Kewenangan baru yang diberikan pada PT Jasa Marga tersebut berupa kewenangan dalam melakukan pengembangan usaha. Adanya kondisi lingkungan internal maupun eksternal serta swot yang dimiliki perusahaan juga semakin mendorong adanya strategi diversifikasi dalam perusahaan.

Dari analisis tersebut PT Jasa Marga dapat mengembangkan strategi diversifikasinya dengan membuat lini bisnis baru yang sesuai dengan kondisi eksternal dan internal dari perusahaan juga swot yang dimiliki perusahaan. Analisis tersebut dapat mempermudah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya sesuai dengan kebutuhannya dalam meningkatkan profit tambahan diluar bisnis intinya.

2. Dalam menunjang strategi diversifikasi yang dijalankan oleh PT Jasa Marga, perusahaan harus memiliki kompetensi yang dapat mengelola

bisnisnya sebaik mungkin. Oleh karena itu perusahaan berupaya dengan merekrut tenaga ahli untuk memenuhi kebutuhan lini bisnisnya. PT Jasa Marga membuka perekrutan karyawan sesuai dengan kompetensi yang dibutuhkan. Maka dibuatlah struktur organisasi baru dengan menambahkan satu posisi senior officer dan officer lalu diisi dengan orang-orang yang memiliki kompetensi dibidang financial dan marketing, akhirnya disetiap cabang dibuatlah posisi tersebut. Selain itu juga PT Jasa Marga tetap berusaha meningkatkan kemampuan karyawan yang sudah ada selama ini. Perusahaan mengadakan pelatihan-pelatihan bagi seluruh karyawan dengan pelatihan general yang bermaterikan untuk seluruh karyawan. Ada juga pelatihan yang bisa diajukan sendiri dari karyawan untuk menunjang *jobdesc* masing-masing karyawan jika merasa membutuhkan pengetahuan lebih untuk pekerjaannya.

3. Perusahaan lebih mengacu pada strategi diversifikasi konsentris, dimana perusahaan menambahkan bidang usaha baru yang masih berkaitan dengan usaha utama yang ditekuninya. Perusahaan tersebut berusaha memanfaatkan kekuatannya untuk membuat produk baru secara efisien yang tujuannya adalah untuk menciptakan kerjasama dengan harapan bahwa dua bisnis secara bersama-sama dapat menciptakan lebih banyak profit daripada jika melakukannya sendiri-sendiri.

Dalam menjalankan strategi diversifikasinya PT Jasa Marga berupaya untuk menambah penghasilannya dengan menambahkan bisnis diluar bisnis

intinya, untuk saat ini PT Jasa Marga cabang Purbaleunyi memiliki tiga bisnis lini lain, yaitu:

1. *Rest area*
2. Iklan
3. Pemanfaatan Utilitas
4. Aliansi yang PT Jasa Marga lakukan adalah aliansi berupa *nonequity strategic alliance*, dimana perusahaan lain memiliki hubungan kontraktual dengan PT Jasa Marga untuk menggunakan sebagian sumber daya dan kapabilitas untuk mengembangkan bisnisnya.

Adanya kontrak tersebut memberikan pengaturan untuk melindungi bisnis yang dijalankan. Diharapkan tidak ada pihak yang akan dirugikan. Upaya memberikan keamanan bagi kedua pihak dengan kontrak yang memiliki standarisasi yang jelas. Ada juga hukum yang mengatur pada proses bisnisnya akan menambah nilai keamanan sekaligus terhindar dari masalah menjadi aspek penting dalam pertimbangan seseorang melakukan bisnis. Sehingga prosedur yang berlaku sebenarnya bukan hanya pelengkap bagi pelaku usaha akan tetapi menjadi bagian penting terhadap berlakunya bisnis karena merupakan sebuah perlindungan tidak hanya bagi konsumen akan tetapi juga antar pelaku usaha

6.2 Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai Analisis Diversifikasi PT Jasa Marga (Cabang Purbaleunyi) Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Non-

Tol, maka dari itu penulis memberikan saran untuk meningkatkan strategi diversifikasinya sebagai berikut:

1. Dengan kelebihan yang perusahaan miliki seharusnya PT Jasa Marga sangat mampu menjalin kerjasama dengan perusahaan lain. Maka PT Jasa Marga dapat memperbanyak aliansi. Perusahaan bisa melakukan penelitian terlebih dahulu dengan membandingkan sistem aliansi seperti apa yang ditawarkan oleh perusahaan pengelola jalan tol lainnya. Selain itu perusahaan juga harus meningkatkan kualitas kompetensi yang dimiliki perusahaan agar perusahaan aliansi bisa terus menjalin hubungannya dalam jangka waktu yang panjang karena sudah percaya akan kemampuan yang dimiliki perusahaan.
2. Membuat divisi khusus yang mengurus permasalahan daerah. Dengan adanya divisi khusus bagi daerah, perusahaan akan mendapat informasi dengan cepat terhadap perubahan-perubahan regulasi yang ada di tiap daerahnya. Selain itu penanganan terhadap permasalahan yang ada maupun akan datang dapat terselesaikan secara cepat, sehingga akan mempercepat proses kerja yang sedang berjalan.
3. Meningkatkan lini bisnis iklan dalam penambahan jumlah titik iklan yang dapat dibangun pada lahan PT Jasa Marga. Adanya ketersediaan lahan yang dimiliki oleh PT Jasa Marga sangat memungkinkan adanya penambahan titik untuk pemasangan iklan. PT Jasa Marga dapat terus meningkatkan penghasilannya dari bisnis iklan ini, salah satunya dengan memberikan tawaran berupa titik-titik iklan yang strategis bagi para pemasang iklan.

4. Meminimalisir pembuatan kerjasama dengan kontraktual BOO (*build own operate*) yang memungkinkan pemindahan kepemilikan asset kepada pihak lain. Selain akan mengurangi sumber pendapatan PT Jasa Marga pada saat masa kontrak selesai, juga akan memunculkan pesaing di area bisnis yang seharusnya menjadi monopoli PT Jasa Marga sebagai pemilik lahan. Walaupun pada awalnya perusahaan bisa mendapatkan profit yang besar, misalnya pada *rest area* yang kepemilikannya akan diberikan pada perusahaan lain, kalau tetap PT Jasa Marga yang miliki maka pendapatannya akan terus ada untuk jangka yang lebih panjang lagi. Selain itu juga perusahaan dapat mengambil bagian dalam lini bisnis lainnya tersebut yang dikelola oleh pihak lain, sebagai contoh disetiap *rest area* harus ada bagian yang dapat dikelola oleh PT Jasa Marga sendiri, jadi perusahaan bisa memanfaatkan bagian tersebut untuk dijadikan pemasukan tambahan seperti membuka koperasi Jasa Marga disetiap *rest area*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ma'ruf, Imron Ali. 2012. *Stilistika: Teori, Metode, dan Aplikasi pengkajian Estetika Bahasa*. Surakarta : Cakra Books
- Arikunto, Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Barney, J. B. and Clark, D. N. (2007). *Resource-based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. New York: Oxford University Press, Inc.
- David, Fred R. 2010. *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta : PT. Prenhallindo
- Emulti, Dean dan Kathawala, Yunus, 2001, "An Overview of Strategic Alliances ", Management Decision 39/3,
- Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, dan Adriana, Dedi. *Pemasaran Strategik*. Edisi I. (Yogyakarta: Andi Offset, 2008)
- Fitzroy, P., dan Hulbert, J. (2005). *Strategiy Management: Creating Value in Turbulent Times*. Jhon Wiley.
- Hermawan Kartajaya. 2010. *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Jauch Lawrence R. & Glueck William F. (1989). *Manajemen Dan Strategis Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudradjad. Nopember 1994. *Peta Bisnis Aliansi Strategik*. Usahawan no. 11 Th XXIII.
- Kuryanto, Benny dan M. Syafruddin. 2008. "Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan". Proceeding SNA XI. Pontianak.
- Marcos, A., & Mustamu, R. H. (2014). *Perumusan Strategi Bersaing Salah Satu Hotel Bintang Tiga Di Samarinda*. Agora Vol. 2, No. 1.
- Mintzberg, Henry, James Brian Quinn, dan Jhon Voyer, "The Strategy Process". London: Prentice Hall International, Inc., 1995.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karya.
- Pearce dan Robinson, *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Jakarta: Binarupa Aksara, 1997.

Pearce, John A. dan Robinson, Richard B. 2013. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

Poerwandari, E. K. 2001. *Pendekatan kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta : Lembaga Pengembangn Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

Rais , Sasli, dan Wahkyudin. 2009. *Pengembangan Pegadaian Syariah di Indonesia dengan analisis SWOT* . Jurnal Pengembangan Bisnis dan Manajemen STIE PBM, vol.IX no. 14 April 2009.

Rangkuti, Freddy, 2005, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Siswanto. 2010. *Metode Penelitian Sastra*. Surakarta: Pusat Pelajar

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Metode Penelitian dan Pengembangan)*. Bandung: Alfabeta.

Umar, Husein. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia, Pustaka Umum, 2003)

Utomo, Hargo, 1994, "*Strategi Aliansi dan Persaingan Global*", Usahawan No. 11 Tahun XXIII

Wibisono, Dermawan. (2006). *Manajemen Kinerja*. Erlangga, Jakarta.

Williams, Chuck. (2001). *Manajemen*. Buku 1. Diterjemahkan oleh: Sabarudin Napitupulu. Salemba Empat, Jakarta.