

RINGKASAN

Skripsi ini berjudul “ Strategi Produk Jasa Meningkatkan Laba Pada PT. IKA UTAMA TRANSFER EXPRESS – Medan” di bawah bimbingan Drs.H.Miftahuddin, MBA sebagai pembimbing I dan Hery Syahrial, SE, MSi sebagai pembimbing II.

Setiap perusahaan baik perusahaan swasta maupun milik pemerintah mempunyai satu tujuan, dimana tujuan utama perusahaan adalah ingin memperoleh keuntungan.

Untuk mencapai tujuan tersebut banyak cara yang digunakan oleh perusahaan, sehingga dengan demikian roda operasional perusahaan dapat berjalan lancar. Salah satu cara untuk memperoleh keuntungan adalah dengan menetapkan strategi yang cocok dengan perkembangan pasar.

Kondisi permintaan pasar yang selalu berubah-ubah atau dinamis, di butuhkan adanya sebuah strategi yang mampu mengikuti perkembangan. Karena dengan strategi ini, perusahaan tetap dapat eksis untuk menawarkan produk-produk yang dimiliki.

Strategi yang ditetapkan oleh manajemen perusahaan umumnya mengacu atau berpedoman kepada program perencanaan bisnis perusahaan. Program perencanaan bisnis yang disusun secara cermat akan sangat membantu dalam mengambil keputusan, karena telah mengetahui strategi *targeting* dan *positioning* bisnis, arah bisnis dan cara mencapai misi strategis yang diharapkan.

Dengan adanya strategi bisnis terhadap produk yang akan dijual ke pasar, perusahaan dapat unggul bersaing dengan kompetitor yang menjual produk yang jenisnya sama.

Keunggulan bersaing dengan kompetitor penting untuk diketahui dalam penyusunan perencanaan bisnis, karena keunggulan bersaing tidak lepas dari prinsip-prinsip ekonomi, yaitu bagaimana kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan lancar dengan cara meminimalkan seluruh biaya yang ditimbulkan dan memaksimalkan profit yang dihasilkan.

Untuk menentukan strategi yang patut dibuat sesuai dengan permintaan pasar, ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti target pasar, persaingan dan harga. Akibat pengaruh perubahan terhadap aktifitas bisnis yang sedang dan akan dijalankan, strategi yang ditetapkan harus dapat dirumuskan secara konkret dalam bentuk perencanaan bisnis yang komprehensif, efektif, efisien dan menggigit untuk memenangkan persaingan.

Setelah aktifitas bisnis yang bersifat strategis itu di analisa dan dan di ketahui, selanjutnya adalah melakukan penyusunan perencanaan bisnis yang lebih operasional. Karena kondisi pasar tidak benar-benar sempurna, maka sangat di perlukan strategi yang dapat mengantisipasi pasar yang bekerja tidak sempurna dan dalam situasi yang tidak menentu. Sehingga diperlukan pemahaman yang cukup baik dengan melakukan upaya-upaya seperti peramalan, perubahan perencanaan dan alokasi sumber daya.

Faktor yang sangat penting dalam menentukan posisi keunggulan bersaing adalah menentukan kapan, dimana dan bagaimana kita dapat bersaing. Apabila semua potensi dan posisi keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan digunakan secara optimal, konsumen akan memperoleh keuntungan dari harga produk yang ditawarkan dengan relatif murah dan mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan harapan.

PT. IKA UTAMA TRANSFER EXPRESS – Medan sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bisnis jasa event organizer berdiri tanggal 16 Desember 2004 dengan memulai usaha di bidang Cargo. Kemudian di tahun 2007 mengembangkan usaha di bidang biro perjalanan (Travel Agent) dan Penyelenggaraan Acara (Event Organizer) . Menghadapi persaingan yang cukup begitu ketat perusahaan menerapkan beberapa sistem strategi agar mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang yang sama.

Kepuasan konsumen dari jasa penyelenggaraan acara (event organizer) di nilai bukan dari produk nyata yang di jual, tetapi berdasarkan layanan (service) acara yang dikemas sesuai dengan permintaan klien. Layanan acara ini berpengaruh kepada produk nyata klien yang di jual dalam acara tersebut.

Agar penyelenggaraan acara dapat berjalan sukses tim marketing menerapkan strategi yang layak untuk di jual dengan melakukan survey lapangan. Survey Lapangan ini bertujuan untuk dapat menilai sejauh mana

kebutuhan pasar atas barang atau jasa yang akan di jual di dalam sebuah penyelenggaraan acara baik berupa pameran atau peluncuran produk baru.

Adapun permasalahan yang menjadi pokok bahasan dalam tulisan ini adalah “ Apakah Strategi Produk Jasa yang di terapkan telah mampu meningkatkan Laba, sehingga konsumen sebagai pengguna jasa penyelenggaraan acara dapat memperoleh manfaat yang baik dan perusahaan sebagai penyelenggara acara dapat memperoleh keuntungan maksimal.”

Dari analisis dan evaluasi yang telah dilakukan, penulis berkesimpulan bahwa :

1. Strategi yang diterapkan dalam meningkatkan laba adalah dengan melakukan survey yang lengkap terhadap sebuah penyelenggaraan acara sebelum menampilkan acara-acara yang menarik.
2. Untuk penyelenggaraan acara manajemen menetapkan laba minimal yang harus diperoleh sesuai dengan anggaran klien.
3. Porsi penyelenggaraan acara lebih menitik beratkan kepada konsumen dari kalangan swasta daripada pemerintahan.