ABSTRAK TESIS

Nomor Mahasiswa	:	2010011894 - 2010011883
Nama Mahasiswa	:	Susidawati – Nanang Andi Aziz
Program/Angkatan	:	Magister Manajemen/XLIX
Judul Tesis	:	**STRATEGI BISNIS PT.PELNI TAHUN 2013 – 2016**
Tahun Kelulusan	:	2012
Abstrak	:	

Terjadinya eksodus penumpang kapal laut ke pesawat udara menyebabkan turunnya jumlah penumpang kapal laut yang merupakan pendapatan utama PT.PELNI, hal ini semakin diperburuk dengan kenaikan harga minyak dunia yang menyebabkan harga BBM dalam negeri juga mengalami kenaikan mengakibatkan peningkatan biaya operasional perusahaan, dimana 60% dari komponen biaya operasional kapal adalah biaya BBM. PT. PELNI mempunyai produk usaha jasa angkutan penumpang dan barang dengan kapal laut. Perusahaan perlu strategi untuk mengelola seluruh unit bisnis yang ada, dengan menganalisis bisnis mana yang layak didorong lagi dan perlu dukungan untuk tumbuh mandiri atau bisnis mana lagi yang dapat dimasuki perusahaan. Menentukan strategi bisnis apa yang tepat dilaksanakan oleh PT.PELNI periode 2013-2016 supaya bisa menghadapi persaingan serta menambah pendapatan perusahaan sehingga PT.PELNI dapat memberikan kontribusi kepada negara berupa laba dengan tetap melaksakan tugas mulianya sebagai salah satu pemersatu negara kesatuan republik Indonesia.

Tujuan tesis ini untuk mengetahui bagaimana proses formulasi strategi bisnis dan apa saja yang menjadi dasar pemilihan strategi yang dilakukan oleh PT. PELNI sebagai suatu entitas bisnis yang bergerak dalam industri jasa angkutan kapal laut. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh dari hasil wawancara langsung maupun menggunakan kuesioner dengan pihak manajemen (Senior Manajer,Manajer) PT PELNI. Sedangkan data sekunder diperoleh baik dari sumber internal perusahaan seperti laporan tertulis atau dokumen perusahaan, serta data-data dari literature yang relevan dengan penelitian yang berasal dari buku,jurnal maupun sumber dari internet.

Dari data tersebut kemudian diidentifikasi faktor-faktor yang menjadi peluang, ancaman, serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Faktor-faktor tersebut dianalisis menggunakan matriks *External Factor Evaluation* (EFE) dan matriks Internal Faktor *Evaluation,* matriks Internal External (IE), matriks *Strenght, Weaknesses, Opportunities,* and *Threat* (SWOT) dan untuk menyeleksi beberapa alternatif strategi bisnis menggunakan Matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) sehingga didapatkan strategi bisnis yang paling tepat untuk diimplementasikan oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil Matriks QSPM didapatkan strategi bisnis yang tepat bagi PT.PELNI yaitu strategi pengembangan produk. Dengan menerapkan strategi tersebut secara bertahap dan berkesinambungan, diharapkan agar PT. PELNI dapat terus bertahan menghadapi persaingan serta mendapatkan peningkatan pendapatan untuk periode tahun 2013-2016.