

Strategi Perusahaan Bidang Konstruksi Dalam Menghadapi Resesi Ekonomi (Studi Kasus PT Adhi Karya (Persero) Tbk)

Pandoyo¹, Yesi Pramesti², Iqna Tulhanifah³

¹²³Fakultas Ilmu Administrasi, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Koresponden: p.pandoyo@gmail.com

Abstract

The rapid development in all fields creates business opportunities, especially in the construction sector. Construction involves various aspects of development, such as housing construction to roads. The purpose of this paper is to determine the strategic position of the company in the construction industry, in order to be able to get opportunities and survive competition and survive the economic recession. In addition, it identifies the factors that affect company performance and develops strategic management so that the company can make decisions appropriately in accordance with company conditions. The national construction industry market, mostly dominated by large contractors who are members of the Indonesian Contractors Association (AKI), are members of 100 companies. of the 100 AKI members, there are 10 national contractors, namely six BUMN, two quasi BUMN, and two national private companies. The sales level of the 10 large national contractors have almost the same income, so the level of competition is fierce. Competition in the construction service industry is getting tighter and with the Covid 19 pandemic it also has an impact on the development project of PT Adhi Karya. To deal with the recession that will occur, PT Adhi Karya has many specific strategies to deal with recession by implementing incentive strategies, related diversification strategies, providing training for HR and disciplining SOPs and SWOT analysis.

Keyword : Strategy, Construction, Competition

Chronicle of Article: Received (06,05,2021); Revised (15,05,2021); and Published (31,05,2021).

© 2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial

How to cite this article : Pandoyo, Pramesti, Y, & Tulhanifah, I (2021) 'Strategi Perusahaan Bidang Konstruksi Dalam Menghadapi Resesi Ekonomi (Studi Kasus PT Adhi Karya (Persero) Tbk)', *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL*, 1(3), pp. 210–218. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss/index>

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia bisnis sudah merupakan hal yang tidak baru lagi, melainkan persaingan yang ketat. Hal ini terlihat dari munculnya pesaing-pesaing baru maupun pesaing-pesaing yang sudah mapan dalam suatu bidang usaha. Salah satu adanya persaingan bisnis yang ada di Indonesia adalah perusahaan Jasa Konstruksi yang menghasilkan produk akhir berupa bangunan atau bentuk fisik lainnya, baik berupa sarana atau prasarana yang berfungsi untuk meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan berbagai bidang di Indonesia.

Pandemi COVID-19 berangsur-angsur melumpuhkan sistem ekonomi Dunia. Saat ini, Indonesia diambang resesi ekonomi. IMF memprediksi bahwa kondisi ekonomi global akan

mengalami penurunan pertumbuhan hingga ke angka -3%. Sebagai pembandingan, selama beberapa tahun terakhir nilai pertumbuhan ekonomi Indonesia berada di kisaran 4-5%. Resesi dapat mengakibatkan penurunan secara simultan pada seluruh aktivitas ekonomi seperti lapangan kerja, investasi, dan keuntungan perusahaan.

Berdasarkan analisis kompetitif, Michael E. Porter (2007) menyatakan bahwa suatu perusahaan memiliki banyak kekuatan dan kelemahan dalam berhadapan dengan para pesaing dan beberapa strategi bersaing yang dapat dikembangkan adalah Keunggulan Biaya, Diferensiasi, dan Fokus. Menurut Philip Kotler (1965) strategi bersaing adalah Strategi yang secara kuat menempatkan perusahaan terhadap pesaing dan yang memberi perusahaan keunggulan bersaing yang sekuat mungkin. Menurut Fred R. David (2010: 18) strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Merupakan aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Strategi adalah tinjauan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pemanfaatan dan pengalokasian seluruh sumber daya untuk mencapai tujuan jangka panjang tersebut.

Thompson dan Strickland (2001) : Strategi terdiri atas kombinasi dari pergerakan kompetitif dan pendekatan bisnis yang digunakan manajer untuk memuaskan pelanggan, berhasil dalam bersaing, dan mencapai tujuan-tujuan organisasi. Henderson (1989) : Strategi adalah pencarian yang dilakukan secara hati-hati untuk perencanaan aksi yang akan mengembangkan keunggulan bersaing perusahaan dan juga menyatukannya. Bagi setiap perusahaan, pencarian tersebut adalah suatu proses berulang yang dimulai dengan pengakuan terkait dimana anda sekarang, dan apa yang anda punya sekarang.

Architecten-Ingénieur-en Annemersbedrijf Associatie Selle en de Bruyn, Reyerse en de Vries N.V. (Assosiate N.V.) merupakan Perusahaan milik Belanda yang menjadi cikal bakal pendirian ADHI hingga akhirnya dinasionalisasikan dan kemudian ditetapkan sebagai PN Adhi Karya pada tanggal 11 Maret 1960. Nasionalisasi ini menjadi pemacu pembangunan infrastruktur di Indonesia. Berdasarkan pengesahan Menteri Kehakiman Republik Indonesia, pada tanggal 1 Juni 1974, ADHI berubah status menjadi Perseroan Terbatas. Hingga pada tahun 2004 ADHI telah menjadi perusahaan konstruksi pertama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Status Perseroan ADHI sebagai Perseroan Terbatas mendorong ADHI untuk terus memberikan yang terbaik bagi setiap pemangku kepentingan pada masa perkembangan ADHI maupun industri konstruksi di Indonesia yang semakin melaju. Adanya intensitas persaingan dan perang harga antarindustri konstruksi menjadikan Perseroan melakukan redefinisi visi dan misi: Menjadi Perusahaan Konstruksi terkemuka di Asia Tenggara. Visi tersebut menggambarkan motivasi Perseroan untuk bergerak ke bisnis lain yang terkait dengan inti bisnis Perseroan melalui sebuah tagline yang menjadi penguat yaitu "*Beyond Construction*". Pertumbuhan yang bernilai dan berkesinambungan dalam Perseroan menjadi salah satu aspek penting yang senantiasa dikelola ADHI untuk memberikan yang terbaik kepada masyarakat luas.

LITERATURE REVIUW

Menurut Marrus (2002:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selanjutnya Quinn (1999:10) mengartikan strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi

suatu kesatuan yang utuh. Strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi : tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif. strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi : tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif. Data yang digunakan adalah data sekunder. Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat sketsa dan gambar, bukan berbentuk angka. Sumber data diperoleh dari data sekunder. Data sekunder adalah sumber data sekunder kedua sesudah data primer. Karena suatu dan lain hal, peneliti tidak atau sukar memperoleh data dari sumber data primer, dan mungkin juga karena menyangkut hal – hal yang sangat pribadi sehingga sukar data itu didapat langsung dari sumber data primer (Bungin, 2008). Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini digunakan metode, studi pustaka, dan pengamatan.

Untuk menganalisis data digunakan tahap-tahap : menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, mereduksi data, kategorisasi, memeriksa keabsahan data, dan menafsirkan data (Moleong, 2011). Untuk menguji data dalam penelitian ini, dilakukan triangulasi data. Triangulasi dilakukan setelah penelitian disimpulkan dan dirumuskan berbagai temuannya. Segala temuan dibandingkan dengan teori yang relevan dan dalam satu ranah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Adhi Karya (Persero) Tbk merupakan sebuah perusahaan Indonesia yang bergerak dalam jasa konstruksi, pembangunan infrastruktur, properti, real estate dan EPC (*engineering, procurement & construction*). Proyek-proyek infrastrukturnya mencakup jalan, jembatan, saluran irigasi, pembangkit listrik dan pelabuhan, sementara proyek-proyek konstruksi bangunannya mencakup gedung pencakar langit, hotel, rumah sakit dan sekolah. Perusahaan ini dimiliki sepenuhnya oleh pemerintah Indonesia sampai tahun 2004 waktu Pemerintah menjual 49% sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pada tanggal 1 Juni 1974, ADHI berubah status menjadi Perseroan Terbatas. Hingga pada tahun 2004 ADHI telah menjadi perusahaan konstruksi pertama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. ADHI telah mampu menunjukkan kemampuannya sebagai perusahaan konstruksi terkemuka di Asia Tenggara melalui daya saing dan pengalaman yang dibuktikan pada keberhasilan proyek konstruksi yang sudah dijalankan. Keberhasilan usaha yang sudah diraih ADHI bukan berarti tanpa dukungan dan peran serta masyarakat, untuk itu ADHI berperan aktif dalam mengembangkan program CSR serta Program Kemitraan & Bina Lingkungan Perseroan. ADHI melakukan ekspansi strategis yang mengarah pada pengembangan usahanya dari sebuah bisnis konstruksi menjadi lima lini bisnis yang mencakup konstruksi, energi, properti, industri, dan investasi.

Analisis SWOT

Kondisi PT Adhi Karya saat ini berdasarkan laporan, perseroan mencatatkan laba sebesar Rp14,55 miliar, turun 80,73 persen dibandingkan dengan posisi kuartal I/2019 senilai Rp75,54 miliar. Dalam menghadapi resesi ekonomi yang akan terjadi PT Adhi Karya memiliki Analisa SWOT seperti tabel di bawah ini:

Tabel 1. Analisis SWOT

Internal Eksternal	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
Opportunities (Peluang)	OS	OW
Threats (Ancaman)	TS	TW

Strength / Kekuatan

1. Penguasaan teknis dan teknologi menghasilkan produktivitas SDM yang terus meningkat
2. Pendapatan yang terdiversifikasi dengan baik
3. Memiliki Pabrik Precast yang mampu menghasilkan U-Shape Girder dan pertama kali diproduksi di Indonesia
4. Memiliki modal dan pemegang saham terbesar untuk usaha konstruksi
5. Merupakan salah satu perusahaan konstruksi terkemuka milik negara atau BUMN
6. Memiliki tiga entitas anak perusahaan yaitu Adhi Persada Beton, Adhi Persada Gedung, dan Adhi Persada Properti

Weakness / Kelemahan

1. Karena perusahaan ini milik pemerintah maka sebagian besar modal yang diterima untuk melaksanakan sebuah proyek berasal dari pemerintah
2. Margin tergantung pada harga bahan bangunan yang kadang berfluktuasi
3. Ketergantungan pada kondisi ekonomi global
4. Program penelitian dan pengembangan usaha belum optimal

Opportunities / Peluang

1. Alokasi anggaran yang besar untuk infrastruktur baik oleh pemerintah pusat maupun daerah
2. Adhi Karya dapat memperluas kontrak kerja, bukan hanya untuk pihak pemerintah tetapi juga dengan pihak swasta
3. Pasar jasa konstruksi yang tumbuh cukup besar di era saat ini
4. Beton dengan kualitas dan bahan campuran terbaik dapat dengan mudah dicetak sesuai keinginan dan dapat dipakai berulang kali sehingga lebih ekonomis

Threats / Ancaman

1. Tingginya persaingan di industri konstruksi
2. Macetnya piutang dan tagihan dapat menghambat arus kas yang masuk kedalam laporan keuangan PT. Adhi Karya
3. Pemasok semen yang sering membuat langka semen di pasaran

4. Beton yang tidak mampu menahan gaya tarik sehingga mudah retak dan dapat merusak infrastruktur jembatan
5. Beton yang keras dapat menyusut dan mengembang apabila terjadi perubahan suhu yang ekstrim.

Competitive Advantage

Tabel 2. Competitive Advantage

Cost Advantage	Differentiation Advantage	Marketing Advantage
Variable Cost : PT. Adhi Karya memaksimalkan setiap biaya yang dianggarkan untuk memenuhi kualitas terbaik	Product Advantage : Bahan baku dan material yang digunakan PT. Adhi Karya diharuskan lolos pengujian di laboratorium, memiliki bentuk yang variatif dan tahan terhadap korosi	Channel Advantage : PT. Adhi Karya bekerja sama dengan Para Agency Penyedia Alat Berat dan Pengemudi Alat Berat, dan bekerja sama dengan pemasok bahan baku utama yang memiliki bahan baku yang berkualitas
Marketing Cost : PT. Adhi karya mampu menunjukkan eksistensinya di bidang Konstruksi yang saat ini sedang berkembang pesat	Service Advantage : Pelayanan Publik yang dikendalikan oleh tenaga ahli dan kontraktor EPC yang kompeten dan proporsional dalam bidang pembangunan infrastruktur	Sales Force Advantage : Pangsa pasar meluas hingga ke pelosok negeri yang ada di Indonesia
Operating Cost : Biaya yang dikeluarkan oleh PT. Adhi Karya cukup besar sesuai dengan infrastruktur yang dijalankan	Reputation Advantage : PT. Adhi Karya memiliki tingkat reputasi yang tinggi karena termasuk dalam salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN)	Brand Awareness : PT. Adhi Karya mampu memenangkan banyak tender sehingga memiliki kontrak kerja yang luas dan terdiversifikasi dengan baik

Strategi

Banyak strategi yang digunakan oleh PT Adhi Karya dalam menghadapi resesi ekonomi diantaranya adalah dengan melakukan strategi intensif yang didalamnya terdapat bagaimana cara meningkatkan pangsa pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk dari PT Adhi Karya. Pengembangan pasar yang dilakukan PT Adhi karya seperti mengembangkan lini bisnis di bidang lain kontruksi, energi, properti dan investasi. Kemudian ada strategi Diversifikasi terkait karena dalam bidang bisnis nya masih memiliki keterkaitan. Seperti bisnis properti dengan bisnis kontruksi yang memiliki keterikatan.

Selain itu Harga yang ditawarkan dari produk atau jasa dalam bisnis tidak jauh dari harga pesaing. Harga produk yang jauh lebih tinggi dari harga pasaran akan sulit dalam mengembangkan bisnis yang dikelola. Memberikan Pelayanan yang Baik untuk Memenangkan Persaingan Bisnis Dengan membuat SOP dan memberikan pelatihan pada SDM akan meningkatkan kualitas dari PT Adhi karya. Perluasan Target pasar sangat penting dilakukan baik untuk pihak pemerintah ataupun swasta yang bekerja sama dengan PT Adhi Karya.

Untuk menghadapi resesi PT Adhi karya melakukannya maksimalisasi hubungan kinerja dengan mitra/client. Strategi PT Adhi Karya (Persero) Tbk. memaksimalkan pengerjaan proyek dari kontrak yang dihadapi atau order book untuk menjaga produksi tetap berjalan. Sepanjang kuartal I/2020, perseroan membukukan kontrak baru senilai Rp2,5 triliun. Perolehan ini relatif sejalan dengan target perseroan untuk 3 bulan pertama tahun ini senilai Rp2,4 triliun. Sekretaris Perusahaan Adhi Karya Parwanto Noegroho mengatakan bahwa pada kuartal I/2020, terjadi

sejumlah penundaan proses kontrak. Umumnya, penundaan terjadi pada kontrak dari perusahaan swasta.

Perseroan telah menyiapkan sejumlah strategi alternatif untuk mengantisipasi potensi mandeknya kontrak baru pada tahun ini. Salah satu dengan memaksimalkan kontrak carry over atau bawaan dari tahun lalu. PT Adhi karya memiliki kontrak carry over dari tahun sebelumnya sebesar Rp31,6 triliun, ditambah kontrak baru sampai dengan Maret sebesar Rp2,5 triliun, sehingga order book saat ini Rp34,1 triliun. Carry over masih bisa dimaksimalkan. Total kontrak yang dihadapi tersebut memiliki periode pengerjaan yang bervariasi. Namun, rata-rata kontrak itu memiliki jangka waktu hingga tahun depan atau 2021. Adapun, untuk kontrak jangka yang dapat diselesaikan pada tahun ini mencapai hampir separuhnya.

Sepanjang 3 bulan pertama tahun ini, perolehan kontrak perseroan lebih banyak ditopang segmen konstruksi & energi yang mencapai 94 persen. Sementara itu, segmen properti berkontribusi 5 persen, sedangkan bisnis lainnya sekitar 1 persen. Berdasarkan tipe pekerjaannya, perolehan kontrak baru terdiri dari proyek gedung sebesar 26 persen, jalan dan jembatan sebesar 7 persen, serta proyek Infrastruktur lainnya seperti pembuatan bendungan, bandara, jalan kereta api, dan proyek-proyek EPC sebesar 67 persen. Sementara itu, berdasarkan segmentasi sumber dananya, realisasi kontrak baru Adhi Karya terdiri dari pemerintah sebesar 70 persen, BUMN sebesar 19 persen, dan swasta/lainnya sebesar 11 persen.

PT Adhi Karya Tbk (ADHI) juga menerapkan beberapa strategi untuk menopang pertumbuhan kinerja keuangan di tengah pandemi Covid-19. Beberapa strategi tersebut disesuaikan dengan skenario penanganan yang mempertimbangkan kondisi keuangan dan operasional perseroan. Progres pengelolaan keuangan akan dilakukan secara konservatif dengan mempertimbangkan kondisi keuangan perseroan. Sedangkan, kegiatan konstruksi di lapangan tetap berjalan dengan mengikuti ketentuan penanggulangan Covid-19 yang telah ditetapkan. Investasi untuk proyek konstruksi disesuaikan dengan kondisi skenario penanganan Covid-19.

Selain itu, perseroan mengajukan perpanjangan kepada perbankan atas cash loan dan non cash loan yang jatuh tempo pada periode Covid-19, PT Adhi Karya menargetkan pendapatan sebesar Rp 22,7 triliun dengan raihan laba bersih sebesar Rp 704 miliar tahun ini. Hingga kuartal I 2020, perseroan telah membukukan pendapatan sebesar Rp 3,06 triliun, naik 31,89% dari periode sama tahun lalu sebesar Rp 2,32 triliun. Laba bersih tercatat sebesar Rp 14,55 miliar, turun 80,73% dari pencapaian periode sama tahun lalu Rp 75,54 miliar. Berdasarkan laporan keuangan perseroan, total pendapatan perseroan ditopang oleh pendapatan dari jasa konstruksi dengan kontribusi sebesar Rp 2,48 triliun, naik 37,01% dari sebelumnya sebesar Rp 1,81 triliun. Pendapatan dari konsultasi manajemen dan rekayasa industri (engineering procurement and construction/EPC) tercatat Rp 93,40 miliar, yaitu terkoreksi 21,90% dari pendapatan EPC sebelumnya sebesar Rp 119,60 miliar.

Pendapatan perseroan juga berasal dari bisnis properti dengan sumbangan sebesar Rp 322 miliar atau naik 9,39% dari periode sama tahun lalu sebesar Rp 294,41 miliar. Pendapatan investasi infrastruktur naik 63,97% menjadi Rp 164,83 miliar dari sebelumnya sebesar Rp 100,52 miliar. Sementara itu, beban pokok pendapatan perseroan meningkat 31,84% menjadi Rp 2,65 triliun dari sebelumnya sebesar Rp 2,01 triliun pada periode kuartal I 2019. Sehingga memicu laba bruto perseroan menjadi Rp 413,75 miliar naik 30,09% dibanding periode sama tahun lalu sebesar Rp 318,04 miliar. Dari sisi neraca, total aset perseroan tercatat sebesar Rp 36,57 triliun

meningkat 0,16% dibanding total aset kuartal I 2019 sebesar Rp 36,51 triliun. Total aset terdiri atas, aset lancar sebesar Rp 30,41 triliun dan aset tak lancar sebesar Rp 6,16 triliun. Parwanto menambahkan, beberapa rencana aksi korporasi seperti penerbitan obligasi dan proses IPO anak perusahaan tengah berjalan namun tetap memperhatikan kondisi ekonomi dan capital market saat ini.

Strategis Bisnis PT Adhi Karya Tbk, dengan berbekal pengalaman panjang dan sumber daya yang terbaik, PT Adhi karya yakin dapat memperluas pasar dan membawa nuansa Indonesia di kawasan AsiaTenggara. Untuk mencapai visi, Perseroan memfokuskan misinya dengan membangun prinsip-prinsip usaha yang profesional dan keuangan yang sehat dalam setiap lini bisnis. Prinsip-prinsip tersebut diyakini menjadi modal kuat bagi PT Adhi Karya untuk bersaing di kawasan yang lebih besar dan lebih kompetitif. Perumusan kembali ini bertujuan untuk membentuk bisnis PT Adhi Karya yang lebih terintegrasi dan lebih fokus pada semua lini bisnisnya termasuk anak-anak perusahaan, yang kemudian dinamakan ADHI Incorporated. Integrasi bisnis yang dilakukan untuk menuju ADHI Incorporated juga mencakup pembagian lini bisnis menjadi lima yaitu:

1. Konstruksi Melaksanakan pembangunan baik pekerjaan sipil maupun gedung bertingkat (highrise building) termasuk fasilitas umum seperti bandar udara, pelabuhan, dermaga, jalan dan jembatan, bendungan dan saluran irigasi, dll.
2. EPC (*Engineering, Procurement, Construction*) memiliki posisi terdepan sebagai salah satu pemain penting dalam industri pembangunan pembangkit tenaga listrik. Berdasarkan pengalaman dan keunggulan tersebut, saat ini PT Adhi memperluas bisnis ke sektor minyak dan gas yang sekaligus menjadikan ADHI sebagai salah satu pelopor BUMN Karya dalam bisnis EPC di Indonesia.
3. Investasi Infrastruktur Terdiri dari proyek-proyek investasi infrastruktur dalam hal ini pembangunan tenaga listrik dan jalan tol.
4. Property Mengembangkan kawasan gedung bertingkat (high rise building) untuk komersial, perkantoran maupun hunian (apartment), dan hotel.
5. Real Estate Mengembangkan kawasan hunian yang berkualitas mewah, landed house, dan rumah toko (ruko) maksimal empat lantai baik itu dalam pengembangan lahan maupun dalam pengembangan desain pemukiman. Sebagai perluasan bisnis yang masih sangat berkaitan dengan bisnis utama Perseroan, EPC adalah perpanjangan bisnis jasa konstruksi yang dipilih PT Adhi. Reputasi PT Adhi di bidang jasa konstruksi merupakan modal positif untuk memenangkan proyek-proyek EPC yang ditenderkan swasta maupun Pemerintah. Untuk saat ini PT Adhi fokus melayani EPC untuk pembangunan Pembangkit Listrik dan Minyak dan Gas dengan wilayah operasi yang dibatasi hanya di wilayah Indonesia. Kebijakan ini ditetapkan mengingat bisnis EPC merupakan bisnis baru sehingga membutuhkan adaptasi baik dari segi SDM, sistem, dan infrastruktur agar tidak mengecewakan pelanggan yang telah memercayakan pengerjaan proyeknya kepada PT Adhi. Sedangkan perluasan bisnis yang dipilih oleh PT Adhi adalah Investasi. Bisnis ini mempunyai nilai kreasi yang tinggi bagi Perseroan, khususnya berkaitan dengan cara berpikir jangka panjang dan syarat kompetensi yang berbeda dengan yang telah dimiliki Perseroan. Dengan memasuki bidang investasi, diharapkan PT Adhi dapat menciptakan bisnis EPC dan konstruksi sendiri sehingga meningkatkan pendapatan baik sebagai

pelaksana jasa konstruksi maupun operator pelaksana yang sekaligus sebagai Pemegang Saham.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dampak dari terus berangsurnya pandemic Covid 19 di Indonesia PT Adhi Karya mendapatkan imbas bagi proyek pembangunan yang dijalankan, pengalokasian dana pemerintah bagi PT Adhi Karya makin menurun yang diakibatkan dari pengalokasian dana pemerintah untuk penanganan Covid 19. Kondisi PT Adhi Karya saat ini berdasarkan laporan, perseroan mencatatkan laba sebesar Rp14,55 miliar, turun 80,73 persen dibandingkan dengan posisi kuartal I/2019 senilai Rp75,54 miliar.

Dalam ekonomi makro, resesi atau kemerosotan adalah kondisi ketika produk domestik bruto (PDB) menurun, atau ketika pertumbuhan ekonomi riil bernilai negatif selama dua kuartal atau lebih dalam satu tahun. Resesi dapat mengakibatkan penurunan secara simultan pada seluruh aktivitas ekonomi seperti lapangan kerja, investasi, dan keuntungan perusahaan. Jika resesi ekonomi berlangsung dalam waktu yang lama, maka akan masuk ke fase depresi ekonomi.

Oleh karena itu PT Adhi karya memiliki strategi - startegi khusus untuk menghadapi resesi dengan melakukan strategi insentif, startegi diservesifikasi terkait, memberikan harga yang terjangkau untuk para mitra nya, memberikan pelatihan untuk SDM dan pendisiplinan SOP serta analisis SWOT.

Perusahaan dapat menggunakan strategi yang baru yang telah dirumuskan untuk menghadapi persaingan yang semakin sengit. Menggunakan strategi yang baru ini dapat menciptakan pasar baru.

Beberapa kompetitor dalam beberapa tahun ke depan bisa saja meniru inovasi yang telah dilakukan, oleh karena itu PT Adhi karya harus dapat mengevaluasi kembali strategi yang digunakan dan menciptakan kembali inovasi nilai lainnya dalam bidang ini sehingga perusahaan bisa terus berkembang dan maju.

Usaha yang dijalankan PT Adhi karya salah satunya adalah usaha jasa, maka dari itu pelayanan yang diberikan PT Adhi karya harus terus ditingkatkan. Untuk mengembangkan kinerja, perusahaan dapat memberikan pelatihan dan pengembangan potensi kepada para SDM.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2009). *Strategic Management (12th ed.)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- David, F. R. (2012). *Management Strategis Konsep (12th ed)*. (D. Sunardu, Trans). Jakarta: Salemba Empat.
- Indonesia, P. R. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 1999 tentang Jasa Konstruksi*. Jakarta: Presiden Republik Indonesia.
- Moleong, L. J. (2006). *Metode penelitian kualitatif edisi revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif (Revisi ed)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Porter, M. E. (1987). *Strategi Bersaing : Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. (Agus Maulana, Trans.). Jakarta: Erlangga.
- Putra, N. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Manajemen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sitepu, M. B. (2005). Mengatasi Berbagai Tantangan dalam Era Globalisasi melalui Peningkatan Perilaku Kewiraswastaan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi*, vol.13 (no.1).

Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.

www.adhi.co.id/

investor.id/market-and-corporate/adhi-karya-siapkan-strategi-bidik-pendapatan-rp-227-triliun