

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Ada beberapa kesimpulan yang dapat dikemukakan berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya. Kesimpulan dalam bab ini merupakan jawaban atas semua pertanyaan atau permasalahan yang dikemukakan dalam Bab I. Adapun kesimpulan-kesimpulan tersebut antara lain:

1. Variabel-variabel yang merupakan kekuatan perusahaan adalah; pangsa pasar, variasi produk, desain produk, harga produk, citra perusahaan, kualitas produk dan citra produk. Sedangkan variabel-variabel yang mempunyai kontribusi terhadap kelemahan perusahaan adalah; promosi, lokasi perusahaan, struktur organisasi, saluran distribusi, sumber daya manusia, mesin dan peralatan.
2. Variabel-variabel yang merupakan peluang perusahaan adalah; perubahan selera konsumen, daya beli konsumen, perubahan teknologi, persaingan harga, pertumbuhan pasar dan struktur persaingan. Sedangkan variabel yang relatif menjadi sumber ancaman perusahaan terletak pada depresiasi mata uang, masuknya pesaing baru dan politik serta keamanan.
3. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan diagram analisis SWOT, perusahaan berada pada Kuadran I (Kanan-Atas). Pada Kuadran I ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan. Karena

perusahaan memiliki peluang dan kekuatan internal yang baik, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada.

4. Berdasarkan analisis dengan menggunakan matrik SWOT, maka perusahaan dapat memilih alternatif strategi berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan (lihat Gambar 4.2). Pilihan strategi yang paling tepat dilakukan oleh perusahaan adalah strategi SO, karena perusahaan berada pada kekuatan internal bisnis yang cukup baik sekaligus memiliki peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Namun demikian, perusahaan juga dimungkinkan dapat memilih alternatif strategi yang lain sebagai strategi pendamping (*contiguous strategy*) dari strategi SO yang dipilih. Dalam hal ini, penulis memilih alternatif strategi ST karena perusahaan dapat menggunakan kekuatan bisnisnya yang nyata untuk mengurangi ancaman bisnis yang serius.

5.2 Saran

1. Dari potensi perusahaan yang dimiliki dapat diterapkan strategi pertumbuhan (*growth*) yang intinya untuk memacu pertumbuhan perusahaan baik dari sisi penjualan, aset, maupun profit. Instrumen strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk menunjang strategi pertumbuhan tersebut adalah dengan tetap mempertahankan kualitas produk, pengembangan jumlah variasi produk yang sesuai dengan permintaan pasar dan penggarapan di sektor reguler yang lebih intensif

dan menciptakan pemacu atau stimulan penjualan seperti; discount, bonus barang untuk memanfaatkan pertumbuhan pasar dan daya beli konsumen yang tinggi. Faktor utama untuk melakukan pilihan strategi-strategi tersebut adalah terletak pada usaha untuk memperbesar penguasaan pangsa yang pada gilirannya nanti akan memperbesar kekuatan-kekuatan pasar (*market power*) yang dimiliki. Hal tersebut perlu dilakukan untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan.

2. Untuk mendukung pertumbuhan perusahaan, perlu juga dilakukan pembenahan secara internal untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Adapun usaha pembenahan internal yang dapat dilakukan dalam hal ini adalah meningkatkan manajemen perusahaan melalui peningkatan ketrampilan sumber daya manusia agar dapat bertindak lebih profesional. Pelaksanaan peningkatan ketrampilan sumber daya manusia tersebut dapat dilakukan dengan cara mengadakan pelatihan secara kontinyu. Kondisi internal lain yang harus dibenahi adalah permasalahan pada promosi, saluran distribusi dan pembenahan mesin serta peralatan.