

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pandanaran Ceramics perlu memperhatikan perubahan yang terjadi dilingkungan bisnisnya yang merupakan faktor eksternal maupun faktor internal. Dari faktor eksternal akan diketahui besarnya daya tarik industri sedangkan dari faktor internal akan diketahui besarnya kekuatan bisnis yang semuanya akan sangat membantu dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat.

Berdasarkan hasil analisis data MDTI yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari data kuantitatif dapat diketahui nilai tertimbang variabel eksternal sebesar 3,26 dan variabel internal sebesar 3,70 sehingga dapat diketahui posisi bisnis perusahaan terletak pada sel pertumbuhan selektif.
2. Dari variabel eksternal perusahaan akan diketahui daya tarik industri yang menghasilkan skor yang tinggi (> 3) antara lain variabel: ukuran pasar, kemampuan pendistribusian barang, daya beli konsumen, kondisi keamanan dan politik negara, fluktuasi nilai tukar rupiah dan perubahan selera konsumen, sedangkan yang menghasilkan skor yang rendah (< 3) antara lain variabel: pesaing baru, perkembangan teknologi, kenaikan harga BBM, dan perubahan pasar bisnis dari waktu ke waktu.

3. Dari variabel internal akan diketahui kekuatan bisnis perusahaan yang menghasilkan skor yang tinggi (> 3) antara lain variabel: reputasi dan citra perusahaan, kualitas produk, saluran distribusi, kualitas karyawan, kapasitas produksi, riset dan pengembangan, pangsa pasar, kebijakan harga, efektivitas promosi, sedangkan yang menghasilkan skor yang rendah (< 3) antara lain variabel: lokasi perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis data dan kesimpulan diatas, penulis dapat memberikan saran yang mungkin bisa dipergunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan perusahaan antara lain:

1. Perusahaan perlu memperhatikan variabel- variabel perusahaan yang memiliki keunggulan/kekuatan yang dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk mengambil kebijakan perusahaan. Variabel- variabel tersebut antara lain : variabel kebijakan harga, reputasi dan citra perusahaan, kualitas produk, kualitas karyawan (SDM), riset dan pengembangan, daya beli konsumen, kemampuan pendistribusian barang, dan perubahan selera konsumen.
2. Atas dasar dari pertimbangan-pertimbangan diatas maka sebaiknya perusahaan menggunakan strategi pengembangan produk. Strategi pengembangan produk adalah bahwa manajemen perlu untuk mempertimbangkan beberapa kemungkinan pengembangan produk baru.

Caranya perusahaan dapat menciptakan produk-produk yang masih segar atau variasi-variasi baru yang belum ada dipasaran

3. Secara detail, strategi pengembangan produk dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain: Pertama, dilakukan dengan jalan mengembangkan (merubah) cirri dan atribut produk. Kedua, perusahaan juga dapat melakukan dengan cara mengembangkan produk yang memiliki berbagai tingkatan kualitas. Ketiga, perusahaan dapat mengembangkan produk dengan berbagai ukuran dan model (proliferasi produk). Terakhir, perusahaan juga dapat melakukan inovasi produk.
4. Apabila strategi pengembangan produk ini dilakukan perusahaan dan mengalami keberhasilan. Perusahaan kemudian dapat mencoba strategi penetrasi pasar ataupun pengembangan pasar karena sebenarnya ketiga strategi ini saling berkaitan. Dengan adanya pengembangan pangsa pasar maka perusahaan akan mengalami pertumbuhan. Dengan adanya pertumbuhan ini diharapkan akan meningkatkan posisi bisnis perusahaan Pandanaran Ceramics pada masa yang akan datang.