

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap CV AKIRA di Kota Gresik Jawa Timur, terdapat beberapa kesimpulan yang ditarik sebagai berikut:

1. Strategi yang diterapkan oleh CV AKIRA saat ini adalah *Focus Differentiation Strategy*. Strategi ini ditandai dengan persaingan berdasarkan perbedaan dan keunggulan dalam target pasar yang lebih sempit. Namun bukan berarti perusahaan harus memiliki harga terendah tapi perusahaan diharapkan memiliki harga yang relatif dibandingkan pesaing. Untuk mencapai strategi ini, perusahaan harus menekannya aspek efisiensi dalam kegiatan operasionalnya dari hulu sampai ke hilir. Selain itu *Focus Differentiation Strategy* menetapkan target pasar yang lebih sempit sehingga penekanan produksi juga dibuat khusus dengan lini produk yang dapat di modifikasi sesuai kebutuhan konsumen. Dalam bidang pemasaran, perusahaan dapat mampu mengkomunikasikan keunggulan serta keunikan yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli. Cara mempertahankan strategi ini adalah dengan tetap konsisten melayani konsumen dengan lebih baik dibanding para pesaing.

*Focus Differentiation Strategy* diterapkan CV AKIRA ditandai dengan produk CV AKIRA yang berfokus pada furnitur khususnya pintu

berbahan kayu. Karena CV AKIRA berfokus pada satu produk saja maka kegiatan produksi juga hanya berfokus pada satu produk yang membuat produk tersebut memiliki kualitas yang lebih baik. Keunikan yang dimiliki CV AKIRA yaitu menawarkan *design custom* pintu dapat membantu konsumen untuk menentukan desain pintu yang diinginkan dengan biaya yang dapat dijangkau. Adanya layanan pemasangan pintu yang dimiliki perusahaan bukan hanya semata-mata sebagai pelengkap jasa CV AKIRA namun juga sebagai nilai tambah perusahaan dikarenakan CV AKIRA ingin memberikan pelayanan yang baik dari awal produksi hingga produk dapat digunakan. Strategi *Low Cost* yang diterapkan CV AKIRA diwujudkan dengan menawarkan harga yang bervariasi menurut kualitas serta desain pintu yang diinginkan konsumen. Hal ini membawa keunggulan bagi CV AKIRA dalam persaingan perusahaan sejenis.

2. Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal CV AKIRA yang ditujukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki perusahaan, maka diketahui bahwa faktor-faktor tersebut mempengaruhi jalannya perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah:

- A. Kekuatan (*Strenght*)

1. Kualitas produk yang baik
2. Kualitas pelayanan yang baik.
3. Harga produk yang bersaing.
4. Proses pengambilan keputusan yang mudah dan cepat dikarenakan hanya dilakukan oleh satu orang.

5. Memiliki sumber daya manusia yang kompeten.

6. Memiliki layanan *design custome* pintu.

B. Kelemahan (*Weakness*)

1. Minimum pemesanan produk dengan kapasitas besar.

2. Produksi memakan waktu yang panjang.

3. Tidak adanya kegiatan pemasaran yang khusus.

C. Peluang (*Opportunity*)

1. PERPU Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas  
Keuangan.

2. 4 Kebijakan non-Fiskal

3. Pertumbuhan di bidang *property*

D. Ancaman

1. Pandemi Covid-19

2. Kebijakan pemerintah terkait pembuatan CV yang lebih  
mudah

3. Munculnya ancaman produk pengganti

3. Setelah melakukan Analisis SWOT, berdasarkan hasil perhitungan faktor eksternal dan faktor internal dengan menggunakan Matriks IFE, EFE, dan IE dapat disimpulkan bahwa CV AKIRA berada di tahap kuadran keempat yaitu tahan tumbuh dan berkembang. Ditahap ini, strategi yang dapat dilakukan CV AKIRA adalah menerapkan salah satu strategi intensif yaitu Strategi Pengembangan Pasar dan Strategi Integrasi yaitu Integrasi ke Belakang. Strategi Pengembangan Pasar diterapkan oleh CV AKIRA guna

mendapat pelanggan baru guna meningkatkan kegiatan penjualan baik di dalam negeri maupun keluar negeri yang berdampak pada laba perusahaan yang meningkat. Sementara strategi Integrasi ke Belakang yang dapat diterapkan oleh CV AKIRA adalah dengan bekerja sama dengan pabrik lain dalam kegiatan produksi sehingga perusahaan tidak hanya terpaku oleh satu pabrik saja. Dengan begitu maka perusahaan tidak perlu menolak konsumen yang ingin menggunakan jasa CV AKIRA karena alasan proses produksi yang panjang.

4. Guna mendapatkan strategi terbaik yang dapat digunakan oleh perusahaan, peneliti menggunakan Analisis QSPM sebagai alat bantu penerapan strategi. Berdasarkan hasil analisis, penulis mendapatkan total angka **7,24** untuk Strategi Pengembangan Pasar dan **7,26** untuk Strategi Integrasi ke Belakang. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi terbaik yang digunakan oleh CV AKIRA adalah Strategi Integrasi Ke belakang.

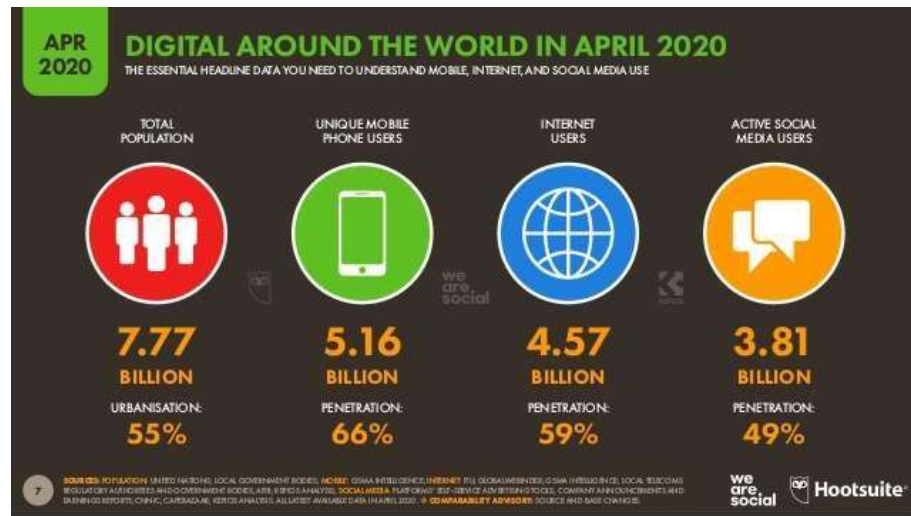
## **6.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada CV AKIRA. Peneliti mencoba untuk menyarankan beberapa tindakan yang dapat diambil oleh CV AKIRA berkaitan dengan Strategi Integrasi ke Belakang dan Strategi Pengembangan Pasar, yaitu:

1. Dalam Strategi Integrasi ke Belakang, CV AKIRA dapat melakukan kerja sama dengan pabrik lain guna meningkatkan produksi perusahaan. Kerja sama dengan pabrik lain dapat dilakukan CV AKIRA

dengan cara yang melakukan analisa terhadap kualitas produk pabrik-pabrik yang memiliki lokasi strategis, apabila terdapat pabrik yang memenuhi standar kualitas CV AKIRA maka perusahaan dapat mengajukan kerja sama tentunya dengan kesepakatan yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Selain itu kerja sama yang baik juga perlu dijalin oleh CV AKIRA dengan pemasok kayu yaitu pihak pengusaha HTI yang berada di Pulau Jawa sehingga dalam bidang produksi, bahan baku CV AKIRA diharapkan dapat tetap terjaga.

2. Memiliki divisi pemasaran dalam organisasi. Divisi Pemasaran berperan untuk meningkatkan penjualan dari produk yang dimiliki perusahaan sehingga dapat meningkatkan keuntungan dengan menjadi alat promosi agar perusahaan dan produk dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu dengan memiliki Divisi Pemasaran perusahaan juga dapat berfungsi untuk menjaga hubungan perusahaan dengan para konsumen CV AKIRA sehingga perusahaan dapat melakukan analisis pasar atas kebutuhan dan keinginan konsumen dengan lebih baik.
3. Perusahaan disarankan menggunakan teknologi informasi seperti membuat situs perusahaan yang berisikan informasi umum dan contoh produk yang di jual oleh CV AKIRA. Dilansir oleh situs *We Are Social* (2020) sekitar 4,57 miliar orang di dunia menggunakan internet sebagai sarana untuk mendapatkan informasi.



Sumber: We Are Social (2020)

Dengan memanfaatkan situs, perusahaan juga dapat mendukung Strategi Pengembangan Pasar karena produk akan lebih diketahui oleh lebih banyak konsumen baik di dalam maupun luar negeri yang tentunya dapat menambah keuntungan bagi perusahaan. Tidak hanya itu, pemanfaatan internet dan situs juga dapat menciptakan jalur komunikasi yang lebih baik antara perusahaan dengan masyarakat atau konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian.  
Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2020 Tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19) dan/atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan.
- Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia Nomor. P.62/MLHK/Setjen/Kum.1/10/2019 Tentang Pembangunan Hutan Tanaman Industri
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2018 Tentang Pelayanan perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik.
- Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 30/M-Ind/Per/7/2017 Tentang Jenis-Jenis Industri Dalam Pembinaan Direktorat Jenderal dan Badan di Lingkungan Kementerian Perindustrian.
- Arikuntoro, S. (2006). *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta
- Asrinesia. (16 Maret 2019). *Fortress, Pengganti Pintu Rumah Konvensional*. Retrieved Juni 2020, from Asrinesia: <https://www.asrinesia.com/%EF%BB%BFfortress-pengganti-pintu-rumah-konvensional/>
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management; concepts and cases*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ekonomi Bisnis. (31 Oktober 2019). *Kinerja Ekspor Furnitur Kian Kendur*. Retrieved Mei 2020, from Ekonomi Bisnis: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20191031/12/1165316/kinerja-ekspor-furnitur-kian-kendur>
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- IDN Times Jateng. (26 April 2020). *Batal PSBB Kota Semarang Malah Terapkan PKM Mulai 27 April 2020*. Retrieved Mei 2020, from IDN Times Jateng: <https://jateng.idntimes.com/news/jateng/anggun-puspitoningrum-1/bukan-psbb-kota-semarang-terapkan-pkm/5>
- Jogiyanto (2005). *Sistem Informasi Startegik untuk Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Andi Offset, Yogyakarta
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2011). *Managemen Pemasaran* (Vol. 2). Jakarta: Bumi Aksara
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing 12<sup>th</sup> Edition*. Jakarta: Erlangga

- Kompas. (10 Februari 2020). *Optimisme 2020: Milenial Pasar Utama Sektor Properti*. Retrieved Mei 2020, from Kompas: <https://properti.kompas.com/read/2020/02/10/100000621/optimisme-2020-milenial-pasar-utama-sektor-properti?page=all>
- Kontan. (16 Maret 2020). *Ekspor furnitur Indonesia capai nilai US\$ 1,95 miliar dan berpotensi tumbuh*. Retvied 7 July, from Kontan: <https://industri.kontan.co.id/news/kemenperin-ekspor-furnitur-indonesia-capai-nilai-us-195-miliar-dan-berpotensi-tumb>
- Kuncoro. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Kemenprin. (13 Maret 2020). *Atasi Dampak Covid-19, Pemerintah Beri Stimulus Industri Agar Terus Bergerak*. Retrieved April 2019, from Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <https://kemenperin.go.id/artikel/21619/Atasi-Dampak-Covid-19,-Pemerintah-Beri-Stimulus-Industri-Agar-Terus-Bergerak>
- Lin, S.-M. (2011, October 28), Marketing mis (7P) and performance assessment of western fast food industry in Taiwan: An Application by associating DEMANTEL and ANP. *African Journal of Bussiness Management*, 5(26), 10634-10644
- Lokadata. (2015). *Luas Hutan di Indonesia*. Retrieved April 2019, from Lokadata: <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/luas-hutan-di-indonesia-1482633530>
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsiti
- Okezone. (23 Maret 2019). *Conwood Indonesia Rilis Dua Produk Baru*. Retrieved Mei 2020, from Okezone: <https://economy.okezone.com/read/2016/03/23/470/1343695/conwood-indonesia-rilis-dua-produk-baru>
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*. New York: Free Press.
- Rangkuti, F. (2003). *Analisis SWOT: Teknik Pembedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Salim, Zamroni & Ernawati Munadi. (2017). *Info Komoditi Furnitur*. Jakarta: Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan.
- Sarkis, Joseph, (2003). Quantitative Models for Performance Measurement Systems - Alternate Considerations (Quantitative Strategic Planning Matrix/QSPM). *International Journal of Production Economics*. Vol. 86, (1), 81-90.
- Sindonews. (12 Maret 2019). *Berbasis Ekspor dan Padat Karya Pemerintah Pacu Industri Furnitur*. Retrieved April 2019, from Sindonews: <https://ekbis.sindonews.com/berita/1385866/34/berbasis-ekspor-dan-padat-karya-pemerintah-pacu-industri-furnitur>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management And Bussiness Policy: Toward Global Sustainability*. New Jersey: Prentice Hall



- Yuriadis, I. G. (2015). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada CV. Puri Lautan Mutiara. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA*, 5(1)
- Yulianti, D. (2014). Analisa lingkungan Internal dan Eksternal dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus di PT. Perkebunan Nsuantara VII Lampung). *Jurnal Sosiologi*, 16(2), 103-114.