

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan serangkaian penelitian terhadap PT. Esatama Abadi, peneliti memasuki tahap akhir dari penelitian ini. Pada bab ini, peneliti menarik kesimpulan dan memberikan beberapa saran untuk perusahaan.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa dan pembahasan peneliti dalam Bab 5, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

6.1.1 Penerapan Strategi Inovasi oleh PT. Esatama Abadi

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa PT. Esatama Abadi menggunakan strategi generik *cost leadership*, yaitu perusahaan berusaha untuk menekan biaya produksi dan mengambil keuntungan dari margin nilai proyek dan biaya, dimana perusahaan menetapkan minimal margin keuntungan yang didapat sebesar 10%. Strategi ini dipilih perusahaan karena setiap produk perusahaan diproduksi sesuai spesifikasi dari klien dan proses produksi dimulai setelah mendapat pesanan dari klien.

Dalam menjalankan bisnisnya, PT. Esatama Abadi juga menerapkan beberapa inovasi untuk mendukung strategi dan aktivitas bisnisnya. Inovasi tersebut diterapkan perusahaan pada proses operasional perusahaan dan juga pemasaran. Inovasi yang diterapkan terutama pada proses operasional perusahaan dengan adanya pembaruan dan penambahan mesin sehingga tidak perlu menggunakan pihak lain dalam proses produksi. Hal tersebut bertujuan jangka panjang untuk menekan biaya. Sedangkan pada produknya, perusahaan selalu berhadapan dengan situasi yang mengharuskan perusahaan untuk melakukan inovasi atau perubahan pada produknya.

6.1.2 SWOT PT. Esatama Abadi

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan, peneliti dapat menganalisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan pada Bab 5 diatas. Dari analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, maka peneliti dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) perusahaan. Berikut adalah SWOT PT. Esatama Abadi yang berhasil diidentifikasi peneliti:

Kekuatan:

1. PT. Esatama Abadi merupakan salah satu perusahaan yang paling berpengalaman dalam industrinya.
2. PT. Esatama Abadi memiliki asset tanah yang dapat dijadikan pabrik tambahan.
3. Selain menjadi pemanufaktur peralatan industrial, PT. Esatama Abadi juga bisa menjadi kontraktor *mechanical & electrical engineering*.
4. PT. Esatama Abadi memiliki peralatan produksi yang lengkap dan teknologi pendukung yang dapat meningkatkan efektifitas produksi.

Kelemahan:

1. Perusahaan hanya mengandalkan *mouth-to-mouth* dari klien dan website untuk menarik klien-klien baru.
2. Website perusahaan kurang menarik dan tidak menampilkan informasi yang lengkap terkait produk-produk dan jasa yang ditawarkan.
3. Penerapan GCG (*Good Corporate Governance*) pada PT. Esatama Abadi masih belum maksimal.
4. PT. Esatama Abadi masih terbentur dengan modal yang tidak mencukupi apabila ingin melakukan ekspansi diversifikasi.

Peluang:

1. Mulai beroperasinya pabrik-pabrik *smelter* atau peleburan nikel di Sulawesi Tenggara.

2. Banyaknya kebutuhan akan peralatan, barang, dan komponen berbahan stainless steel untuk kebutuhan rumah tangga dan industri.
3. Perusahaan optimis pembangunan industrial akan merata dan dapat memperbanyak *demand* proyek untuk perusahaan.
4. Peluang untuk menginvestasikan uang perusahaan melalui instrument investasi keuangan seperti pasar modal dan obligasi
5. Peluang Kerjasama dengan perusahaan lain

Ancaman:

1. Industri manufaktur yang digeluti sedang menurun dimana jumlah proyek yang didapat dan tren pendapatan pertahun 2018 kemarin hingga saat ini.
2. Supplier perusahaan tidak lagi memberikan keringanan pembayaran.

6.1.3 Strategi pengembangan inovasi yang dapat dilakukan PT. Esatama Abadi kedepannya

Peneliti mengidentifikasi SWOT perusahaan pada analisis SWOT yang diperoleh melalui analisis lingkungan eksternal serta internal perusahaan. Kemudian dimasukkan ke Matriks SWOT dan dikorelasikan kembali dengan *Value Chain* perusahaan dan juga Teknik SCAMPER. Hal tersebut untuk memperoleh strategi mana yang paling memungkinkan untuk dilakukan berdasarkan faktor eksternal, internal, dan juga keunggulan perusahaan.

Berdasarkan analisis tersebut menunjukkan bahwa, strategi yang paling memungkinkan untuk dilakukan PT. Esatama Abadi adalah Strategi SO dalam hal mempersiapkan *demand* yang berpotensi menjadi proyek perusahaan setelah fokus pembangunan infrastruktur pemerintah dapat dirasakan dampaknya. Hal tersebut dapat dilakukan perusahaan dengan optimalisasi pemanfaatan lahan pabrik dan menambah tenaga kerja untuk

menambah kapasitas produksi. Hal tersebut juga dapat mengatasi perihal supplier yang tidak lagi memberikan keringan pembayaran apabila dibutuhkan perusahaan karena akan mempercepat proses produksi. Dengan mempercepat proses produksi, maka produk akan lebih cepat dikirim ke klien sehingga pelunasan dari klien pun semakin cepat untuk menutupi tagihan oleh supplier. Perusahaan juga bisa memanfaatkan peluang ekspansi untuk memproduksi produk untuk pasar B2C yang masih sesuai dengan spesialisasi perusahaan seperti tangki air panas skala rumahan.

Selain itu perusahaan juga dapat melakukan beberapa hal dalam strategi WO yaitu dalam hal memasarkan produknya secara lebih luas lagi dengan memanfaatkan B2B *e-commerce* atau *marketplace*. Perusahaan juga dapat memperbaiki websitenya dan menambahkan informasi produk dan jasa yang ditawarkan secara lengkap.

6.2 Saran

Pada tahap akhir dari penelitian ini, peneliti memberikan saran untuk perusahaan. Pemberian saran oleh peneliti, dalam hal ini adalah sebagai bentuk implementasi yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk meningkatkan strategi inovasi dan kinerja perusahaan. Berikut saran dari peneliti kepada PT. Esatama Abadi:

1. PT. Esatama Abadi perlu memperbaiki website perusahaan terutama pada katalog produk dengan mencatumkan produk-produk dan jasa perusahaan secara lengkap serta informasi klien-klien yang pernah ditangani perusahaan. Selain itu, perusahaan dapat menambahkan dokumentasi video yang dikemas secara kreatif mengenai proses produksi dan penggunaan produk oleh klien-klien perusahaan besar untuk menunjukkan kualitas perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan dapat dipercaya.

2. PT. Esatama Abadi dapat mengandalkan *marketplace* atau *e-commerce* khusus B2B seperti *monotaro.id*, *ralali.com*, *b2b.id*, dan masih banyak lagi untuk memasarkan produknya lebih luas lagi.
3. PT. Esatama Abadi perlu memperbaiki tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance/GCG*). Perusahaan perlu memaksimalkan penerapan prinsip GCG yaitu Transparansi, Akuntabilitas, Tanggung Jawab, Independensi, dan Kewajaran sehingga terbentuk birokrasi atau aturan-aturan yang kuat demi kinerja perusahaan yang lebih baik lagi. Untuk melakukan ini, perusahaan dapat menggunakan kesadaran manajemen sendiri terhadap letak kelemahan GCG dan membenahinya, atau perusahaan dapat membentuk tim untuk melakukan audit internal.
4. PT. Esatama Abadi harus segera merencanakan anggaran untuk melakukan ekspansi sesuai dengan yang peneliti kemukakan pada Strategi SO di kesimpulan yaitu mempersiapkan akan adanya lonjakan *demand* dengan memperbanyak kapasitas produksi dengan memperluas pabrik dan menambah tenaga kerja. Hal ini dapat juga untuk mengatasi perihal supplier yang tidak lagi memberikan keringanan pembayaran apabila dibutuhkan perusahaan dengan mempercepat proses produksi.
5. Peneliti menyarankan untuk menggunakan instrument investasi keuangan melalui sekuritas dan broker terpercaya seperti BNI sekuritas, BCA sekuritas, Mirae Asset, dll sebagai tabungan untuk mempercepat ekspansi sekaligus menghindari inflasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aribowo, H., & Wirapraja, A. (2018). Strategi Inovasi Dalam Rangka Menjaga Keberlanjutan Bisnis Dalam Menghadapi Era Volatility, Uncertainty, Compelxity, Dan Ambiguity (VUCA). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*, Vol.9(1).
- David, F. (2011). *Strategic Management, Buku 1. Edisi 12*. Jakarta.
- Ellitan, L. (2006). Strategi Inovasi dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Indonesia: Pendekatan Model Simultan dan Model Sekuensial. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, 1.
- Hadiwidjojo, C. C. (2016). Analisis Rantai Nilai Pada CV Master Sentra Boga. *AGORA*, Vol.4(1).
- infrastruktur fokus pembangunan indonesia*. (n.d.). Retrieved from kemenkeu.go.id: www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/
- Julita, & Sari, E. N. (2015). Strategi Generik Porter Bagi UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, Vol.1(2), 16.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jilid 1 dan 2. Alih Bahasa: Benyamin Molan*. PT Indeks Jakarta.
- Nugroho, J. S. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Nurhayati, L., & Setiadi, D. (2017). Permodelan Proses Bisnis (Studi Kasus PD. Simpati Sumedang). *Jurnal Ilmu-ilmu Informatika dan Manajemen*, Vol.11(1).
- Pearce II, J., & Robinson Jr, R. (2008). *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba empat.
- Rajapahtirana, R. P. J., & Hui, Y. (2017). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, Vol.3(1), 44-55.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Saputri, S. M. (2018). Perancangan Busana Activewear Berdasarkan Trend Forecasting 2019/2020. *Jurnal e-Proceeding of Art & Design Vol.5(3)*, 2734.
- Siaran Pers.* (2018, 11 1). Retrieved from kemenperin.go.id:
<https://kemenperin.go.id/artikel/19852/Kawasan-Industri-Modern-Perlu-Ditopang-Infrastruktur-Digital>
- Susanthi, R. (2017). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Mencapai Tujuan Perusahaan. *Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi, Vol 1(1)*.
- Sutarno. (2012). *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Umar, H. (2001). *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.