

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai kesimpulan yang sudah penulis dapatkan dalam melakukan penelitian Strategi Bersaing pada CV. Jasa Manggis dan kemudian akan dijabarkan pula mengenai saran dari penulis terhadap kesimpulan yang didapatkan dari Klinik Rumah Sehat Manggis. Kesimpulan yang sudah didapatkan, dapat berguna bagi perusahaan untuk dapat mengatasi setiap permasalahan strategi dan juga penerapan strategi bersaingnya perusahaan untuk masa yang akan datang.

#### **6.1 Kesimpulan**

Berikut ini merupakan kesimpulan yang bisa didapatkan untuk bisa menjawab pertanyaan pada identifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Strategi Diferensiasi yang selama ini digunakan oleh Klinik Rumah Sehat Manggis belum efektif karena strategi diferensiasi tersebut hanya fokus pada perbedaan diluar perusahaan saja tetapi tidak ada perbedaan di dalam perusahaan karena dalam menjalankan operasional perusahaan sehari-hari masih sama dengan para kompetitor lainnya. Sehingga membuat pelayanan jasa pijat kesehatan yang seharusnya berbeda sesuai dengan strategi diferensiasi tersebut menjadi kurang optimal untuk dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu membantu masyarakat memperoleh kesembuhan melalui jasa pijat kesehatan.

Walaupun kita tahu bahwa saat ini Klinik Rumah Sehat Manggis masih lebih unggul daripada para pesaingnya karena perusahaan melakukan diferensiasi dengan menciptakan produk dan pasarnya sendiri dimana para kompetitor lainnya lebih fokus kepada jasa pijat

konvensional. Tetapi tetap harus dilakukan antisipasi juga karena akan ada pendatang-pendatang baru yang akan meniru dan masuk kedalam pasar tersebut dan jika perusahaan tidak siap dalam pengelolaan inti perusahaan maka akan kalah dengan para pendatang tersebut.

2. Pengimplementasian strategi diferensiasi yang selama ini diterapkan oleh perusahaan sudah berjalan dengan baik karena bisa dilihat dari produk dan layanan pijat yang fokus kepada kesehatan menjadikannya unik dan berbeda dengan pesaing lainnya. Inovasi produk juga yang terus dikeluarkan oleh Rumah Sehat Manggis dengan melihat *trend* yang ada di pasaran tetapi kemudian menggabungkannya dengan bidang kesehatan maka terciptalah produk baru yang berbeda dan inovatif. *Brand image* perusahaan selalu dibangun sebagai klinik pijat kesehatan sebuah solusi baru bagi kesehatan masyarakat dimana tujuannya utamanya adalah kesehatan dari konsumen tersebut. Pelayanan jasa pijat kesehatan yang fokus kepada konsumen yaitu orang dewasa dengan rentang usia 30 - 70 tahu karena mereka lebih peduli akan kesehatan. Harga yang ditawarkan bisa menysasar semua kalangan agar semua kalangan bisa merasakan kesembuhan dari pijat kesehatan ini. Target wilayah konsumen yang berbeda menysasar masyarakat sekitar perusahaan yang tinggal dan bekerja disana dibandingkan para wisatawan yang datang.

Hal-hal diatas menunjukan bahwa pengimplementasian strategi diferensiasi perusahaan selama ini berjalan cukup baik dimana perusahaan melakukan perbedaan yang sangat signifikan dengan para pesaing lainnya. Tetapi terdapat kendala dalam penerapan strategi tersebut bahwa strategi diferensiasi yang dijalankan oleh perusahaan lebih fokus keluar yaitu jasa pijat kesehatan yang berbeda dengan pesaing lainnya, sedangkan di dalam

perusahaannya sendiri pengelolaannya tidak berbeda dengan pesaingnya yang menyebabkan pelayanan jasa pijat kesehatan yang tidak maksimal.

3. Rancangan strategi yang dapat diterapkan oleh Klinik Rumah Sehat Manggis di masa yang akan datang adalah *Focused Differentiation Strategy* (Strategi Diferensiasi Fokus). Strategi *Focused Differentiation Strategy* tersebut sangat cocok bagi perusahaan karena melibatkan penawaran produk-produk atau layanan pijat kesehatan yang dirancang untuk menarik kebutuhan unik dari konsumen yang sempit. Hal ini juga dilihat dari sumber daya manusia dan kemampuan memadai yang dimiliki oleh perusahaan untuk lebih fokus secara efektif kepada segmen konsumen yang memiliki produk khusus yaitu orang dewasa yang sadar akan pentingnya kesehatan dengan melakukan pijat kesehatan sebagai solusi kesehatannya. Potensi yang besar juga bisa terjadi karena hanya ada satu pemain dalam salah satu segmen pasar yang terfokus yaitu jasa pijat kesehatan dan SWOT untuk memenuhi ciri-ciri dari *Focused Differentiation Strategy*

## 6.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada Klinik Rumah Sehat Manggis berdasarkan kesimpulan yang sudah dijabarkan sebelumnya dan guna mencapai tujuan dari penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Melakukan sosialisasi kembali strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya yaitu strategi diferensiasi fokus sehingga para staf memiliki satu tujuan yang sama dengan perusahaan. Sosialisasi ini dilakukan secara rutin agar dengan penyamaan visi dan misi antara perusahaan dengan karyawan akan lebih jelas arah dan terfokus kepada tujuannya menjadi klinik pijat kesehatan.

2. Perusahaan dapat menerapkan SOP (*Standard Operating Procedure*) baru bagi para staf sehingga adanya aturan yang jelas mengenai ketidakdisiplinan para staf sehingga menjaga pelayanan jasa pijat kesehatan yang terus optimal. Jika pelayanannya maksimal maka akan sangat mempercepat tujuan perusahaan sebagai solusi kesehatan untuk orang dewasa yang sadar akan kesehatan dan juga jika mereka puas dengan layanan maka akan menjadi konsumen yang loyal.
3. Perusahaan dapat menerapkan strategi diferensiasi terfokus untuk masa yang akan datang sehingga perusahaan bisa lebih fokus terhadap layanan jasa pijat kesehatan tetapi tetap tidak meninggalkan diferensiasi yang telah dimiliki oleh perusahaan seperti inovasi produk, target wilayah dan konsumen yang lebih spesifik lagi. Dengan dukungan sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan saat ini dan juga SWOT matrik yang ada ini akan sangat membantu dalam penerapan *Focused Differentiation Strategy* di Klinik Rumah Sehat Manggis kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, P. &. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bogdan, R. C. (1982). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods*. Boston: Allyn and Bacon.
- David, F. (2011). *Manajemen Strategis: Konsep-Konsep* (12 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2015). *Strategic Management Concepts and Cases* . Florence: Pearson.
- Davie, A. A. (2017, December). *Apa yang dimaksud dengan analisis rantai nilai atau value chain analysis*. Retrieved from dictio.id: <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-analisis-rantai-nilai-atau-value-chain-analysis/14553/2>
- Gordon, T. K. (2005). Dare to be different: successful marketing means standing out from your competitors. *Here are 4 steps to shedding your look-alike image*.
- Harjanti, V. M. (2016). FORMULASI STRATEGI BERSAING PADA SHUANG REFLEXOLOGY. *AGORA*, 4, 8.
- Hidayat. (2006). *Teori Efektifitas Dalam Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Irwin, M. G. (2010). *Strategic Management*. New York: The McGraw Hill Companies Inc.
- Jana F. Kuzmicki, P. (2010). Chapter 1: What Is Strategy and Why Is It Important? The MacGraw-Hill Companies.
- John A Pearce II, R. B. (2014). *Manajemen Strategi : Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. (12, Ed.) Jakarta: Salemba.
- Kotler, P. &. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- L.R. Gay, G. E. (2009). *Educational Research Competencies for Analysis and Analysis Applications*. Ohio: Upper Saddle River.
- Maulana, A. (2015). *Manajemen Strategik dalam Organisasi/Perusahaan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*. New York: Free Press.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Robinson, P. (1997). *Manajemen Strategic*. Jakarta Barat: Binarupa Aksara.
- Satyarini, R. (2016). STRATEGI DIFERENSIASI SEBAGAI ALAT UNTUK MEMENANGKAN PERSAINGAN PADA INDUSTRI KREATIF DI BANDUNG. *Bina Ekonomi* , 47-55.
- Siagian, S. P. (2002). *Kiat Meningkatkan Produktivitas kerja*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Siagian, S. P. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia* . Jakarta: Binapura Aksara.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Walgito, B. (2010). *Bimbingan dan Konseling Studi & Karir*. Yogyakarta: 2010.
- Wheelen, J. D. (2008). *Strategic Management and Business* (9th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Williams, D. K. (2012). *Brilliant Business Plan*. Canada: Pearson Education Limited.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset.