

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang sudah penulis dapatkan dalam melakukan penelitian Analisis Strategi Bersaing PT. ASDM dan akan dijabarkan pula saran dari penulis terhadap kesimpulan yang telah didapatkan.

#### 6.1 Kesimpulan

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

1. Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan oleh penulis, Strategi yang digunakan PT.ASDM selama ini adalah strategi diferensiasi dengan adanya ragam yang berbeda berdasarkan layanan produk yang ditawarkan. Perusahaan ini menyatakan bahwa dirinya harus unggul dan memiliki ciri khas atau pembeda agar bisa bertahan di pasarnya. Diferensiasi yang dilakukan PT. ASDM terlihat dengan proses bisnis dan aktivitas-aktivitas bisnis yang tidak dilakukan oleh bisnis sejenis lainnya. Dengan strategi yang diterapkan oleh PT. ASDM juga menunjukkan jika perusahaan lebih unggul dari pesaingnya
2. Strategi diferensiasi yang diterapkan PT.ASDM sudah efektif, karena dapat didukung dengan jumlah produk terjual dalam kurun waktu 4 tahun terakhir, tercapainya kunjungan konsumen dengan target pasar yang dituju. Namun demikian untuk mengantisipasi persaingan di masa yang akan mendatang perusahaan perlu merumuskan strategi baru agar dapat bertahan dari pesaing lainnya.
3. Rancangan strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk masa yang akan datang adalah *Broad Differentiation Strategy*. Strategi tersebut tergolong cocok bagi perusahaan karena memberikan produk yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan primer konsumen. Semakin banyak masyarakat yang *aware* terhadap

kebutuhan akan rumah tentunya akan menumbuhkan bisnis PT. ASDM. Dengan melihat kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman dapat disimpulkan bahwa PT. ASDM bisa lebih efektif apabila menggunakan ***Broad Differentiation Strategy*** bisa diterapkan di dalam perusahaan. Dengan strategi differensiasi yang mengacu pada pasar yang lebih luas diterapkan di perusahaan tentunya akan lebih efektif untuk ke depannya. Pada strategi ini perusahaan tidak hanya focus kepada pengembangan produk saja, tetapi perusahaan bisa focus kepada faktor internal yang ada di dalam perusahaan. Hal ini juga di dukung oleh ketersediaan sumber daya manusia dan kemampuan yang dimiliki perusahaan dimana para karyawannya tentunya sudah mahir di bidangnya masing-masing sehingga akan menciptakan keefektifan dalam menjalankan pekerjaannya. Dengan adanya potensi tersebut, analisis SWOT dilakukan untuk memenuhi ciri-ciri rancangan strategi di masa yang akan datang.

Dan dengan melihat hal tersebut PT. ASDM harus lebih siap dalam melakukan ***Broad Differentiation Strategy*** dalam jangka panjang. Semua ini dilakukan agar perusahaan lebih siap untuk menghadapi pendatang baru yang masuk dengan cara meningkatkan kualitas *customer service* dan *staff marketing* untuk menarik perhatian konsumen.

Dengan adanya rancangan strategi baru, diharapkan perusahaan memadukan strategi lama dan baru menjadi lebih penguatan tujuan yang ingin dicapai sebagai perusahaan property terbesar di Jawa Timur baik dari segi memperluas pasar yang tadinya hanya dari kalangan PNS/wirausaha/pegawai swasta. Karena dengan cara tersebut, PT. ASDM akan lebih dikenal di mata masyarakat khususnya di provinsi Jawa Timur.

## 6.2 Saran

Berikut ini adalah beberapa saran yang diberikan, berdasarkan hasil kesimpulan yang didapatkan:

1. Perusahaan dapat berfokus pada peningkatan penjualan dengan cara mengikuti event lebih banyak, membuka open house lebih sering, dan lebih aktif di media sosial. Dengan melakukan berbagai cara tersebut tentunya PT. ASDM dapat meningkatkan komunikasi secara intens dengan para konsumen sehingga dapat menerima masukan untuk posisi perusahaan di pasar kedepannya. Selain itu, PT. ASDM juga bisa menambahkan produknya seperti melakukan tujuan jangka panjang yang ditentukan perusahaan berupa ekspansi di Jawa Timur dan membangun produk lainnya berupa apartemen, sehingga PT. ASDM dapat berfokus dengan tujuan jangka panjang dengan tidak meninggalkan strategi lama yang sudah diterapkan dan tidak hanya terfokus kepada satu produk saja. Sehingga nantinya para konsumen bisa mendapatkan banyak pilihan terhadap produk yang ditawarkan perusahaan
2. Melakukan rapat evaluasi rutin sebanyak 2 atau 3 kali selama 1 bulan yang berfungsi untuk melaporkan bagaimana perkembangan selama 1 bulan dari berbagai divisi yang ada. Rapat ini diperuntukan untuk evaluasi mingguan yang terjadi saat melakukan operasional dapat terselesaikan dan diperbaiki bersama sehingga perusahaan dapat belajar dari kesalahan yang terjadi serta dapat menjadikan operasional perusahaan lebih baik. Evaluasi juga dilakukan untuk dapat mengingatkan karyawan perusahaan tentang strategi yang selama ini diterapkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan bersama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Budi, V. (2020). Retrieved from databoks.katadata:  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/02/target-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2020-2024>
- David, Fred R. (2010). *Strategic Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall,
- Fransisca, G. (2020). Retrieved from ekonomi.bisnis.com:  
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200120/9/1192069/pertumbuhan-ekonomi-2020-diperkirakan-hanya-507-persen>
- Indra, Rendy. (2017). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA PT. PATRINSAKA. AGORA. Vol. 5. No. 1.
- Iqbal, D. (2019). Retrieved from mediaindonesia:  
<https://mediaindonesia.com/read/detail/269572-bisnis-properti-2020-akan-lebih-baik>
- Kumala, Mia dan Ina Oktaviani. (2017). Strategi bisnis pt. pariwisata di industri media luar ruang dki jakarta. *Jurnal aplikasi bisnis dan manajemen*. Vol. 3. No. 1
- Porter, Michael. (1980). *Techniques for analyzing industries and competitors*.
- Ramly, Tengku. (2018). Strategic management of organization development and civil service based pumping model at ibn khaldun university bogor. *Ijbe: integrated journal of business and economics*
- Santoso, Imano. (2017). Analisis strategi bersaing pada PT. Anugerah Dwi Abadi. *Agora* vol. 5, no. 1
- Sari, S. M. (2016). Retrieved from ekonomibisnis:  
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20160608/107/555867/kuartal-i-sektor-properti-sumbang-investasi-terbesar-di-kediri>
- Syukur, A. T. (2018). Strategic Management of Organization Development and Civil. *IJBE: Integrated Journal of Business and Economics* .
- Tamara, Angelica. (2016). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol 4 ,No.3, 395-406.
- Wijayanto. (2020). Retrieved from Radarsurabaya:  
<https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2020/01/07/173712/9597-hektare-sawah-di-jatim-berubah-jadi-proyek-properti>