

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada PT Selaras Kusuma, maka kesimpulan yang dapat ditarik serta saran yang dikemukakan mengenai strategi SWOT pada PT Selaras Kusuma sebagai bahan pertimbangan bagi kemajuan perusahaan di masa mendatang.

4.1 Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penelitian terhadap PT Selaras Kusuma yang dimulai dari melakukan penjabaran latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kajian pustaka, metode penelitian, objek penelitian, serta hasil dari pembahasan terkait analisis terhadap PT Selaras Kusuma, maka kesimpulan yang dijabarkan adalah sebagai berikut:

1. Strategi yang Diterapkan PT Selaras Kusuma

Strategi bersaing yang diterapkan oleh PT Selaras Kusuma hingga saat ini adalah strategi kepemimpinan biaya. Hal ini dibuktikan dengan PT Selaras Kusuma memfokuskan diri pada para pesaing dengan cara perusahaan melakukan penekanan terhadap biaya, khususnya biaya promosi. PT Selaras Kusuma masih mendatangkan *salesman* ke *outlet-outlet* yang dituju untuk melakukan promosi penjualan produk. Selain itu juga, pemberian diskon sebesar 1%-3% dan *black sale* pemberian dari produsen masih diterapkan hingga saat ini.

Maka berdasarkan hasil dari analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap PT Selaras Kusuma, menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada di kuadran V, yaitu *hold and maintain*. Perusahaan membutuhkan strategi untuk bertahan dan menjaga agar tidak mengalami penurunan secara profit maupun penjualan.

2. Lingkungan Internal dan Eksternal PT Selaras Kusuma

Pada lingkungan internal di PT Selaras Kusuma, tentunya terdapat kelebihan serta kelemahan yang mempengaruhi lingkungan perusahaan. Kekuatan yang dimiliki oleh PT Selaras Kusuma adalah sebagai berikut:

- Pelaku usaha lama yang telah berdisi sejak tahun 1995.
- Kualitas produk yang terjamin.
- Harga yang terjangkau oleh konsumen.
- Pemberian diskon terhadap konsumen, baik konsumen lama maupun konsumen baru.
- Membangun usaha dengan modal dingin.

Sedangkan, kelemahan dari PT Selaras Kusuma adalah sebagai berikut:

- Sistem promosi yang belum memadai.
- Sistem kegiatan usaha yang masih manual.
- Struktur organisasi yang tidak lengkap.

Pada lingkungan eksternal di PT Selaras Kusuma terdiri dari faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum, dan lingkungan. Maka faktor yang berpengaruh tersebut akan dijabarkan sebagai berikut:

- Persaingan yang tinggi, terbukti dengan para pesaing baru yang bermunculan di sektor industri farmasi.
- Ancaman pendatang baru yang tinggi, terbukti dengan para pesaing baru yang menawarkan produk serupa namun dengan harga lebih terjangkau.
- Teknologi yang membantu kegiatan usaha bisnis perusahaan, namun tidak adanya pengembangan teknologi yang dilakukan oleh PT Selaras Kusuma.
- Ekonomi di masa pandemi COVID-19 berpengaruh pada profit perusahaan.

3. Strategi yang Direkomendasikan kepada PT Selaras Kusuma

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap PT Selaras Kusuma menunjukkan bahwa strategi yang direkomendasikan untuk diterapkan oleh perusahaan ini adalah strategi fokus diferensiasi. Peneliti memiliki alasan yang menjadi dasar bahwa strategi fokus diferensiasi menjadi rekomendasi yang tepat untuk PT Selaras Kusuma.

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, PT Selaras Kusuma berada di posisi kuadran V yang merupakan *hold and maintain*, menunjukkan bahwa perusahaan membutuhkan strategi untuk dapat bertahan dan menjaga agar tidak mengalami penurunan secara profit maupun penjualan. Artinya PT Selaras Kusuma perlu menciptakan program-program baru yang dapat mendukung penjualan produk agar lebih kompetitif di pasar. Oleh karena itu, perlu dilakukan strategi fokus

diferensiasi untuk mendukung PT Selaras Kusuma agar lebih maju. Cara yang tepat untuk mendukung strategi fokus diferensiasi adalah dengan melakukan *market penetration*. Pada *market penetration*, PT Selaras Kusuma akan berkonsentrasi pada cara untuk melakukan perluasan jangkauan area pasar. Perluasan pasar tersebut digunakan untuk merancang kegiatan promosi yang lebih kompetitif dari sebelumnya.

Dikaitkan dengan pandemi COVID-19, sulit bagi PT Selaras Kusuma untuk melakukan promosi dalam skala besar di lapangan akibat ditetapkannya peraturan pemerintah mengenai COVID-19. Namun, cara yang dapat dilakukan oleh PT Selaras Kusuma saat ini untuk membantu meningkatkan penjualan dan profit adalah melakukan kerjasama dengan pabrik atau distributor lain yang memproduksi produk sejenis dan membuat sistem promosi yang lebih kompetitif. Selain untuk meningkatkan penjualan, hal ini juga berpotensi peluang bagi PT Selaras Kusuma untuk memperkuat perannya sebagai distributor dan unggul dari para pesaing.

4.2 Saran

Saran yang dapat dikemukakan berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan terhadap PT Selaras Kusuma yang dilakukan oleh peneliti, maka secara keseluruhan peneliti mengemukakan beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan terhadap PT Selaras Kusuma untuk dapat bertahan dan unggul di masa pandemi COVID-19, ialah sebagai berikut:

1. Saran bagi Perusahaan

- a. Saran pertama, PT Selaras Kusuma bekerjasama dengan pabrik lain yang sejenis bertujuan untuk memperkuat peran perusahaan sebagai distributor.
 - b. Saran kedua, PT Selaras Kusuma bekerjasama dengan distributor sejenis untuk memasarkan produk. Tujuannya untuk meningkatkan penjualan perusahaan.
 - c. Saran ketiga, PT Selaras Kusuma memperbaharui sistem integra dan *software* lainnya. Tujuannya agar kegiatan usaha dapat berlangsung lebih efisien dan optimal.
2. Saran bagi Penelitian Selanjutnya
- a. Saran pertama, lakukan wawancara dan observasi dengan perusahaan lain yang sejenis untuk membandingkan kondisi perusahaan.
 - b. Saran kedua, jika tidak terjadi pandemi lakukan penelitian lebih lanjut. Tujuannya untuk membandingkan kondisi di saat pandemi dan tidak pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Talib, M. S., & Hamid, A. A. (2014). Halal Logistic in Malaysia: A SWOT Analysis. *Halal Logistic in Malaysia*, 322-343.
- Abidin, Z. (2020, April 23). *Covid-19 dan Kemandirian Industri Farmasi Nasional*. Retrieved from Detik News: <https://news.detik.com/kolom/d-4987903/covid-19-dan-kemandirian-industri-farmasi-nasional>
- Baroroh, A. (2008). *Trik-Trik Analisis Statistik dengan SPSS15*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish (CV Budi Utama).
- Dewi, R. S., & Rino, A. (2017). Animation as A Creative Industry: A Strategy to Build Creativity and Independence of Youth in Padang, West Sumatra. *Animation as Creative Industry*, 135-141.
- Dirgantoro, C. (2001). *Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Fahey, L., & Randall, R. M. (2000). *The Portable MBA in Strategy*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Florentin, V. (2020, Agustus 4). *Mengintip Strategi Industri Farmasi Cetak Laba di Masa Pandemi*. Retrieved from Bisnis Tempo: https://bisnis.tempo.co/read/1372193/mengintip-strategi-industri-farmasi-cetak-laba-di-masa-pandemi?page_num=3
- Gainau, M. B. (2016). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Grant, R. M. (2005). *Contemporary Strategy Analysis: Concepts, Techniques, Applications*. Australia: Blackwell Publishing.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hariandja, M. T., Mustafa, H., Juliawati, N., Talim, M., Situmorang, J., Djojadikusumo, A., . . . Jane, O. (2012). *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Bandung: Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Unpar.
- He, L., & Liao, D. (2012). Credit NGOs' Sustainability in Rural Financial Market: A SWOT Analysis in DAYBANG. *Credit NGOs' Sustainability*, 200-208.

- Hubeis, M., & Najib, M. (2014). *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kardoko, H. (2020, Oktober 22). *Revolusi Industri Farmasi di Tengah Pandemi COVID-19*. Retrieved from Ekonomi Bisnis: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201022/257/1308478/revolusi-industri-farmasi-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Kementrian PPN/Bappenas. (2020). *Perkembangan Ekonomi Makro Februari 2020*. Jakarta: Direktorat Perencanaan Makro dan Analisis Statistik.
- Koo, H., Chau, K.-Y., Koo, L.-C., Liu, S., & Tsui, S.-C. (2011). A Structured SWOT Approach to Develop Strategies for The Government of Macau, SAR. *Government, SWOT Analysis, Macau*, 62-81.
- Noor, J. (2020). *Manajemen Strategi Konsep dan Model Bisnis*. Banten: La Tansa Mashiro Publisher.
- Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- PPN/Bappenas, K. (2020). *Perkembangan Ekonomi Makro April 2020*. Jakarta: Direktorat Perencanaan Makro dan Analisis Statistik.
- Pratama, A. M. (2020, September 28). *Pandemi Covid-19, Industri Farmasi Mengaku PHK Sekitar 3.000 Karyawan*. Retrieved from Kompas: <https://money.kompas.com/read/2020/09/28/211000426/pandemi-covid-19-industri-farmasi-mengaku-phk-sekitar-3.000-karyawan>
- Rachmawati, A. R. (2020, Juli 5). *Pandemi COVID-19 Dinilai Lahirkan Tantangan Besar bagi Dunia Farmasi*. Retrieved from Pikiran Rakyat: <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-01586009/pandemi-covid-19-dinilai-lahirkan-tantangan-besar-bagi-dunia-farmasi>
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *SWOT Analysis Peluang di Balik Setiap Kesulitan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Tyas, S. K., & Chriswahyudi. (2017). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Matriks IE, SWOT, dan AHP Untuk Mendapatkan Alternatif Strategi Prioritas. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi*, 1-8.
- Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Umrati, & Wijaya, H. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : CV ANDI OFFSET (Penerbit Andi).

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2010). *Strategic Management and Business Policy*. London: Prentice Hall.