

BAB 4

KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI & IMPLIKASI

Pada bab ini peneliti akan memaparkan kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan yaitu Analisis Efektivitas Strategi Pengembangan Bisnis pada PT Leuwigajah Paket. Serta peneliti juga memberikan rekomendasi kepada PT Leuwigajah Paket selaku objek penelitian dan menguraikan implikasi atas rekomendasi yang diberikan.

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan Analisa yang telah dilakukan, berikut adalah kesimpulan yang didapatkan oleh penulis:

1. PT Leuwigajah Paket dapat dengan baik melihat persaingan bisnis di sector jasa pengiriman yang terus meningkat, dengan banyaknya pelaku-pelaku bisnis yang masuk ke dalam bisnis pengiriman barang secara tidak langsung dapat meningkatkan persaingan di sector jasa pengiriman itu sendiri. Hal ini mendorong PT Leuwigajah Paket untuk mampu menambah keunggulan serta mampu memperbaiki kelemahannya sehingga bisnisnya dapat melakukan pengembangan. PT Leuwigajah Paket melakukan beberapa tahapan untuk melakukan pengembangan bisnis yaitu dengan identifikasi peluang, merumuskan alternatif usaha, melakukan seleksi alternatif, melakukan pelaksanaan alternatif yang telah dipilih dan melakukan evaluasi terhadap alternatif yang dipilih., PT Leuwigajah Paket

melakukan pengembangan bisnis, dengan melakukan perluasan distribusi yang belum dicakup oleh perusahaan. Perusahaan membuka beberapa agen dengan tujuan untuk memperluas jangkauan pengiriman barang. Sejauh ini perusahaan sudah membuka dua puluh tiga kantor operasional yang tersebar di beberapa kota di Indonesia. Kantor operasional yang dibuka terdiri dari kantor cabang yang terletak di Bandung dan Palembang, dan agen yang terletak di Palembang, Bandar Lampung, Jakarta, Bekasi, Yogyakarta, Surabaya, Malang, Denpasar Solo, Semarang, dan Bandung

2. Strategi pengembangan bisnis yang dilakukan PT Leuwigajah Paket sudah efektif, dapat terlihat bahwa setiap tahunnya pembukaan agen yang dilakukan oleh perusahaan tercapai dan bahkan melampaui target yang telah ditetapkan oleh perusahaan setiap tahunnya. Selain itu berdasarkan laporan penjualan setiap agen selama tahun 2020 dapat terlihat bahwa total penjualan setiap agen selama tahun 2020 terbilang stabil.

3.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan peneliti atas penelitian Analisis Efektivitas Strategi Pengembangan Bisnis pada PT Leuwigajah Paket. Peneliti memberikan sejumlah rekomendasi kepada PT Leuwigajah Paket selaku objek penelitian ini dengan tujuan agar PT Leuwigajah Paket dapat terus mengembangkan bisnisnya. Berikut rekomendasi yang diberikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan terus berkonsentrasi untuk mengadakan perluasan pasar di daerah-daerah yang belum terjangkau oleh perusahaan dengan tujuan untuk menjangkau lebih banyak konsumen.
2. Perusahaan melakukan evaluasi secara berkala terhadap agen-agen yang telah dibuka. Hal ini dapat dilakukan agar kinerja dan performa setiap agen dapat berjalan secara efektif dan efisien.

3.3 Implikasi

1. Perusahaan mampu memperluas jangkauan pengiriman barang ke seluruh daerah di Indonesia

Dengan melakukan rekomendasi yang dipaparkan oleh peneliti, implikasi terhadap perusahaan sendiri adalah perusahaan mampu memperluas jangkauan pengiriman barang ke seluruh daerah di Indonesia serta dapat meningkatkan jumlah konsumen perusahaan. Perusahaan dapat melakukan survey ke daerah-daerah lain yang berpotensi untuk pembukaan agen perusahaan,

2. Perusahaan menjalin kerjasama dan relasi dengan pelaku-pelaku bisnis di daerah yang berpotensi untuk pembukaan agen.

Perusahaan harus menjalin kerjasama dengan pelaku-pelaku bisnis di daerah pembukaan agen, hal ini akan menguntungkan perusahaan karena pelaku-pelaku bisnis di setiap daerah lebih mengenal target konsumen daerah tersebut, sehingga dapat memungkinkan keberhasilan di agen tersebut.

3. Perusahaan mengetahui kelebihan dan kekurangan dari setiap agen serta dapat mempersiapkan stratgei jangka panjang

Dengan evaluasi yang terus dilakukan perusahaan kepada setiap agen yang dimiliki perusahaan, perusahaan dapat terus melihat sisi mana saja yang sebaiknya diperbaiki untuk dapat lebih baik lagi, sehingga setiap agen dapat bekerja dengan efektif dan efisien.

Daftar Pustaka

- Abdurahmat. (2003). *Pengertian Efektivitas*. Yogyakarta: Lumbung Pustaka.
- Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Bisnis*, 366.
- David, F. (2006). *Strategic Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Denia, A. (2019). Rencana Pengembangan Bisnis Ekspedisi. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)* , 69-76.
- Dr. Taufiqurokhman, S. M. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- F.R, D. (2011). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kodrat. (2009). *Konsep Lima Kekuatan Porter*. Jakarta: PT Binarupa Aksara.
- M, F. (2010). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- P, S. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Pustaka Kencana.
- Pearch, R. (1997). *Manajemen Startegik: formulasi, impilmentasi, dan pengendalian*. . Jakarta: Binarupa Aksara.
- Pendidikan, D. (2021, June 12). *dosenpendidikan.co.id*. Retrieved from Dosen Pendidikan Website : www.dosenpendidikan.co.id
- Porter, M. d. (2008). *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga.

- R.M, G. (2001). *The Resources- Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation*.
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Setijadi, S. M. (2020). Pertumbuhan Sektor Logistik Indonesia. *Sektor Logistik Indonesia Journal*, 1-2.
- Statistik, B. P. (2018). *Pertumbuhan Sektor Transportasi*. Jakarta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sumardjani, L. (2009). Konsep Lima Kekuatan Porter untuk Membedah Kondisi Industri Rotan Indonesia. 1-4.
- Suwandi. (2018). Mencari Pola Kemitraan Investasi UKM dengan Usaha Besar. *Jurnal Infokop, Volume 25*, 35-52.
- U, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 tentang "Pos" Pasal 28*. (n.d.).