



## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan yang telah dilakukan terhadap latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, yaitu mengenai apa strategi yang dilakukan MAKE OVER dan bagaimana analisis SWOT dalam perusahaan tersebut, kajian pustaka terhadap teori-teori yang relevan untuk digunakan, metodologi penelitian, subjek dan objek penelitian, serta pembahasan mengenai hasil penelitian, maka penulis dapat menyimpulkan berbagai hal berikut.

1. Strategi yang digunakan saat ini:
  - Strategi pengembangan pasar
  - Strategi diferensiasi
  - Strategi fokus
2. SWOT (*strength, weakness, opportunities, threats*) dalam PT Paragon Technology and Innovation : studi kasus MAKE OVER

#### ***Strength (kekuatan)***

- MAKE OVER mendapatkan penghargaan *Women's Healthy Indonesia Choice* 2013 untuk 4 kategori produk
- Membuat konsumen tidak hanya sekedar membeli produk tetapi adanya kedekatan dengan BA (*Beauty Advisor*)

- Setiap tahun ada varian warna atau produk yang bertambah
- Memiliki warna bedak dan foundation yang gelap, dimana warna ini jarang ditemui pada brand lokal
- Dalam 3 tahun sudah berkembang dari 3 counter menjadi 35 counter di Bandung

#### ***Weakness (kelemahan)***

- Formula yang ditawarkan terkadang tidak sesuai dengan harapan. Contoh: ketika lipstick matte yang harusnya tahan lama, akan tetapi tetap tidak tahan lama
- Harga yang mahal membuat segmen pasar tidak terlalu luar atau tidak mencakup semua kalangan. Berbeda dengan merek lokal lain yang biasanya lebih murah.

#### ***Opportunities (peluang)***

- Di Indonesia perusahaan kosmetik yang menciptakan produk *high-class* masih jarang sekali, oleh karenanya MAKE OVER memanfaatkan peluang tersebut
- Belum ada merek lokal yang secara berkala melakukan *beauty class* oleh karenanya MAKE OVER mengambil peluang tersebut agar banyak orang tertarik terhadap produknya

#### ***Threats (ancaman)***

- Banyaknya pendatang baru sebagai akibat kondisi permintaan yang meningkat di industri tersebut
- Dukungan pemerintah dapat memunculkan pendatang baru

- Upaya gencar para pendatang baru dalam memasarkan produ
3. Strategi yang direkomendasikan berdasarkan analisis SWOT

Berdasarkan jumlah skor terbobot yang didapatkan dari tabel IFAS,EFAS, dan IE yang dituliskan oleh narasumber melalui wawancara, strategi bersaing yang sejauh ini diformulasikan dan telah diimplementasikan oleh perusahaan cukup baik. Pada tabel IFAS perusahaan memiliki skot terbobot 3,25 sementara pada tabel EFAS memiliki skot terbobot 3,00. Berdasarkan jumlah skor tersebut, perusahaan berada pada posisi *growth and built* dalam matriks internal-eksternal. Dengan posisi yang ada pada matriks tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan respon terhadap berbagai macam peluang dan ancaman dengan menggunakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

Berdasarkan analisis penulis, sebaiknya MAKE OVER selain melakukan strategi diferensiasi dan strategi fokus, perusahaan juga melakukan strategi keunggulan biaya menyeluruh

## 6.2 SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, penulis memiliki beberapa saran yang diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mempertahankan keunggulan bersaingnya. Adapun saran-saran penulis dilihat dari berbagai aspek, yaitu:

1. Strategi yang sekarang dikembangkan oleh perusahaan sudah cukup baik, akan tetapi perusahaan tetap harus waspada dengan pergerakan para pesaing agar pangsa pasar yang saat ini dimiliki tidak bergeser atau bahkan agar perusahaan dapat menjadi pemimpin pasar lokal. Melihat kondisi yang terjadi pada industri kosmetik di Indonesia saat ini, pendatang potensial akan terus berdatangan. Mereka mungkin akan datang membawa inovasi yang baru. Sementara itu, pemain lama yang sudah bersaing dengan perusahaan juga akan melakukan pergerakan untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memiliki informasi sebanyak mungkin mengenai pergerakan para pesaing, juga penting bagi perusahaan untuk selalu mengevaluasi berbagai rancangan strategis yang sudah diimplementasikan.
2. Tetap melakukan inovasi pada produk agar produk MAKE OVER tetap diminati oleh banyak wanita karena seperti yang kita ketahui produk kosmetik termasuk produk yang cepat melakukan inovasi, baik pada warna maupun kandungan kosmetik tersebut oleh karenanya MAKE OVER diharapkan dapat selalu mengikuti perkembangan trend yang ada.
3. Berdasarkan analisis penulis, sebaiknya MAKE OVER selain melakukan strategi diferensiasi dan strategi fokus, perusahaan juga melakukan strategi keunggulan biaya menyeluruh, dengan cara memperhatikan harga produk. Jika MAKE OVER dapat menjual produknya dengan harga yang lebih murah, maka pangsa pasar pun akan semakin luas.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber dari Buku dan Jurnal:

Agustinus Sri Wahyudi., 2013. *Manajemen Strategik : Pengantar Proses Berpikir Strategik*. Jakarta: Binapura Aksara.

Suwarsono Muhammad. 2013. *Manajemen Strategik: Konsep dan Alat Analisis*, ed 5. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.

Michael E. Porter. 1990. *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Pearce and Robinson. 2011. *Strategic Manajement : Formulation, Implementation, and Control*. McGraw-Hill Irwin.

Moh. Nazir, Ph.D. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Prof. Dr. Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA. CV.

Umar Husein. *Strategik Management in Action*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ulbert Silalahi. 1992. *Studi Tentang Ilmu Administrasi: Konsep, Teori, dan Dimensi*. Bandung: Sinar Baru.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survey*. LP2ES. Jakarta.

David, Fred R. (2015). *Strategic Management: Concepts and Cases*, 15<sup>th</sup> Ed.

### Sumber dari URL:

<http://cci-indonesia.com/2016/06/17/perkembangan-pasar-industri-kosmetik-di-indonesia-2010-2015/> : diakses pada 13 September 2016

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri->

Kosmetik : diakses pada 30 November 2016

[www.Make-Overforall.com](http://www.Make-Overforall.com) : diakses pada 20 Oktober 2016

[www.pti-cosmetics.com](http://www.pti-cosmetics.com) : diakses pada 12 September 2016

[http://fsm.undip.ac.id/2014/04/rekrutmen-pt-paragon-technology-and-](http://fsm.undip.ac.id/2014/04/rekrutmen-pt-paragon-technology-and-innovationw/)

[innovationw/](http://fsm.undip.ac.id/2014/04/rekrutmen-pt-paragon-technology-and-innovationw/) : diakses pada 20 Desember 2016