

BAB 4

KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

4.1 Kesimpulan

Berikut merupakan kesimpulan untuk dapat menjawab pertanyaan pada identifikasi masalah pada penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing PT. Rakattan Naga Nusantara”:

1. PT. Rakattan Naga Nusantara saat ini menerapkan strategi “*Board Differentiation Strategy*” dalam menghadapi ketatnya persaingan di industri furniture ini. Hal tersebut dapat dikatakan karena perusahaan memiliki nilai keunikan atau nilai yang berbeda dari pesaingnya. Keunikan yang membuat perusahaan beda adalah pelayanan yang lebih lengkap, memiliki konsultan desain, dan menghasilkan desain yang eksklusif, modis, industrial dan elegan. Perusahaan ini menyatakan bahwa dirinya harus unggul dan memiliki ciri khas atau pembeda daripada pesaingnya. Dengan memiliki kelengkapan dalam segi pelayanan, memiliki konsultan desain dan menghasilkan desain yang berbeda dapat membuat konsumen memilih perusahaan. Sehingga dalam penelitian ini perusahaan lebih unggul dari para pesaingnya dalam industri ini.
2. Strategi bersaing bagi PT. Rakattan Naga Nusantara di masa yang akan datang adalah *Board Differentiation Strategy*. Dengan meningkatkan aspek-aspek yang masih teridentifikasi menjadi kelemahan. Peningkatan yang dapat dilakukan perusahaan yaitu memperkuat manajemen internal

perusahaan dengan mengembangkan digital marketing perusahaan, merekrut manajer SDM agar SDM yang dimiliki perusahaan dapat unggul, dan membuat strategi harga seperti harga paket sehingga konsumen dapat lebih tertarik lagi. Dengan menerapkan hal tersebut kedepannya perusahaan dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya dan membuat perusahaan lebih maju kedepannya.

4.2 Rekomendasi

Berikut merupakan rekomendasi yang dapat diterapkan PT. Rakattan Naga Nusantara berdasarkan hasil kesimpulan diatas:

1. Meningkatkan strategi promosi dengan membuat terobosan baru dalam segi harga yang ditawarkan. Bisa dengan cara membuat paket pekerjaan, seperti perusahaan menawarkan kepada konsumennya, jika merenovasi tiga ruangan maka akan diberikan gratis biaya jasa gambar *interior design*. Sehingga yang tadinya konsumen hanya ingin memperbaharui satu ruangan menjadi lebih banyak dan menguntungkan perusahaan. Perusahaan pun dapat meningkatkan nilai perusahaan yang belum pesaing lakukan di industri ini.
2. Memperkuat pemasaran perusahaan dengan melakukan kerjasama dengan bisnis digital marketing. Perusahaan tidak perlu merekrut SDM pada posisi marketing dan marketing perusahaan akan ditangani oleh orang yang kompeten di bidangnya. Sehingga pemanfaatan digital marketing perusahaan dapat maksimal. Memanfaatkan pemasaran dari segi digital

marketing, perusahaan dapat menyampaikan nilai yang dimiliki kepada masyarakat dengan jangkauan yang luas.

3. Meningkatkan sistem kerja pada bagian produksi dengan meminimalkan waktu tunggu pada setiap bagian produksi. Membangun sistem kerja yang disiplin, efektif, dan efisien dari hulu hingga hilir proses produksi. Sehingga walaupun mesin yang digunakan tidak secanggih pesaingnya, perusahaan dapat unggul dalam memanfaatkan waktu pada setiap bagian produksi. Dengan cara ini waktu produksi yang dilakukan perusahaan bisa lebih cepat lagi dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan Pun dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya.
4. Meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki perusahaan dengan melakukan *recruitment* untuk posisi manajer SDM. Adanya manajer SDM yang kompeten dalam bidangnya, dapat meningkatkan kualitas SDM perusahaan. Terutama dalam segi kualitas pelayanan perusahaan kepada konsumen dapat meningkat. Sehingga dapat meningkatkan nilai yang dimiliki perusahaan dan dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya.

4.3 Implikasi

Berdasarkan rekomendasi yang peneliti usulkan kepada perusahaan, implikasi yang akan muncul sebagai berikut:

1. Perusahaan akan memiliki nilai lebih dengan adanya penerapan paket harga yang dapat membuat daya tarik bagi konsumen. Penjualan perusahaan akan meningkat dengan adanya strategi ini.
2. Perusahaan tidak perlu mengalokasikan dana gaji pada posisi marketing perusahaan. Perusahaan hanya perlu mengalokasi dana untuk bekerjasama dengan pihak ketiga dalam mengelola digital marketing perusahaan. Hal ini dapat lebih efisien, karena jika merekrut posisi marketing perusahaan butuh beberapa SDM sebagai tim. Branding perusahaan pun akan semakin kuat dan dapat memperluas pasar perusahaan.
3. Efektivitas dalam segi produksi akan meningkat dan mempercepat waktu produksi perusahaan. Perusahaan tidak perlu mengalokasikan dana untuk membeli mesin yang lebih maju lagi. Perusahaan hanya perlu memanfaatkan alat-alat yang sudah ada, dengan perancangan sistem kerja di bagian produksi yang efektif.
4. Perusahaan harus mengalokasikan dana untuk merekrut satu manajer SDM yang kompeten di bidangnya. Tujuan dengan adanya manajer SDM ini dapat membuat pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi seluruh SDM perusahaan dan dapat meningkatkan SDM perusahaan secara keseluruhan. Sehingga dengan memiliki SDM yang berkualitas perusahaan dapat meningkatkan nilai yang dimiliki.

perusahaan dengan mengembangkan digital marketing perusahaan, merekrut manajer SDM agar SDM yang dimiliki perusahaan dapat unggul, dan membuat strategi harga seperti harga paket sehingga konsumen dapat lebih tertarik lagi. Dengan menerapkan hal tersebut kedepannya perusahaan dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya dan membuat perusahaan lebih maju kedepannya.

4.2 Rekomendasi

Berikut merupakan rekomendasi yang dapat diterapkan PT. Rakattan Naga Nusantara berdasarkan hasil kesimpulan diatas:

1. Meningkatkan strategi promosi dengan membuat terobosan baru dalam segi harga yang ditawarkan. Bisa dengan cara membuat paket pekerjaan, seperti perusahaan menawarkan kepada konsumennya, jika merenovasi tiga ruangan maka akan diberikan gratis biaya jasa gambar *interior design*. Sehingga yang tadinya konsumen hanya ingin memperbaharui satu ruangan menjadi lebih banyak dan menguntungkan perusahaan. Perusahaan pun dapat meningkatkan nilai perusahaan yang belum pesaing lakukan di industri ini.
2. Memperkuat pemasaran perusahaan dengan melakukan kerjasama dengan bisnis digital marketing. Perusahaan tidak perlu merekrut SDM pada posisi marketing dan marketing perusahaan akan ditangani oleh orang yang kompeten di bidangnya. Sehingga pemanfaatan digital marketing perusahaan dapat maksimal. Memanfaatkan pemasaran dari segi digital

marketing, perusahaan dapat menyampaikan nilai yang dimiliki kepada masyarakat dengan jangkauan yang luas.

3. Meningkatkan sistem kerja pada bagian produksi dengan meminimalkan waktu tunggu pada setiap bagian produksi. Membangun sistem kerja yang disiplin, efektif, dan efisien dari hulu hingga hilir proses produksi. Sehingga walaupun mesin yang digunakan tidak secanggih pesaingnya, perusahaan dapat unggul dalam memanfaatkan waktu pada setiap bagian produksi. Dengan cara ini waktu produksi yang dilakukan perusahaan bisa lebih cepat lagi dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan Pun dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya.
4. Meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki perusahaan dengan melakukan *recruitment* untuk posisi manajer SDM. Adanya manajer SDM yang kompeten dalam bidangnya, dapat meningkatkan kualitas SDM perusahaan. Terutama dalam segi kualitas pelayanan perusahaan kepada konsumen dapat meningkat. Sehingga dapat meningkatkan nilai yang dimiliki perusahaan dan dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya.

4.3 Implikasi

Berdasarkan rekomendasi yang peneliti usulkan kepada perusahaan, implikasi yang akan muncul sebagai berikut:

1. Perusahaan akan memiliki nilai lebih dengan adanya penerapan paket harga yang dapat membuat daya tarik bagi konsumen. Penjualan perusahaan akan meningkat dengan adanya strategi ini.
2. Perusahaan tidak perlu mengalokasikan dana gaji pada posisi marketing perusahaan. Perusahaan hanya perlu mengalokasi dana untuk bekerjasama dengan pihak ketiga dalam mengelola digital marketing perusahaan. Hal ini dapat lebih efisien, karena jika merekrut posisi marketing perusahaan butuh beberapa SDM sebagai tim. Branding perusahaan pun akan semakin kuat dan dapat memperluas pasar perusahaan.
3. Efektivitas dalam segi produksi akan meningkat dan mempercepat waktu produksi perusahaan. Perusahaan tidak perlu mengalokasikan dana untuk membeli mesin yang lebih maju lagi. Perusahaan hanya perlu memanfaatkan alat-alat yang sudah ada, dengan perancangan sistem kerja di bagian produksi yang efektif.
4. Perusahaan harus mengalokasikan dana untuk merekrut satu manajer SDM yang kompeten di bidangnya. Tujuan dengan adanya manajer SDM ini dapat membuat pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi seluruh SDM perusahaan dan dapat meningkatkan SDM perusahaan secara keseluruhan. Sehingga dengan memiliki SDM yang berkualitas perusahaan dapat meningkatkan nilai yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- AGAM, M. K. (2021, January 12). *Di Tengah Pandemi Covid-19, Pengusaha Muda Harus Lebih Kreatif*. Retrieved March 17, 2022, from InfoPublik: <https://infopublik.id/kategori/nusantara/502397/ditengah-pandemi-covid-19-pengusaha-muda-harus-lebih-kreatif>
- Bayu, D. J. (2020, September 15). *6 Sektor Usaha Paling Terdampak saat Pandemi Corona | Databoks*. Retrieved March 17, 2022, from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/6-sektor-usaha-paling-terdampak-saat-pandemi-corona>
- Open Data Jabar. (2021, September 16). *Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*. Retrieved March 17, 2022, from Open Data Jabar: <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Akbar, H. U. (2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- David, F. (2011). *Strategic Management*. New Jersey: Pearson Education inc.
- E.Porter, M. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, J. (2011). *Strategic Management : Manajemen Strategis - Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Johnson, G. ., (2016). *Exploring Corporate Strategy-Text and Cases*. Hemel Hempstead: Prentice-Hall.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

kurnianti, D. (2022, Mei 09). *Data Terbaru BPS: Pertumbuhan Ekonomi Kuartal*

I/2022 Sebesar 5,01%. Diambil kembali dari news.ddtc.co.id:

[https://news.ddtc.co.id/data-terbaru-bps-pertumbuhan-ekonomi-kuartal-i-](https://news.ddtc.co.id/data-terbaru-bps-pertumbuhan-ekonomi-kuartal-i-2022-sebesar-501-38996#:~:text=PEREKONOMIAN%20INDONESIA-)

[2022-sebesar-501-38996#:~:text=PEREKONOMIAN%20INDONESIA-](https://news.ddtc.co.id/data-terbaru-bps-pertumbuhan-ekonomi-kuartal-i-2022-sebesar-501-38996#:~:text=PEREKONOMIAN%20INDONESIA-)

[,Data%20Terbaru%20BPS%3A%20Pertumbuhan%20Ekonomi%20Kuartal,](https://news.ddtc.co.id/data-terbaru-bps-pertumbuhan-ekonomi-kuartal-i-2022-sebesar-501-38996#:~:text=PEREKONOMIAN%20INDONESIA-)

[1,%2F2022%20Sebesar%205%2C01%25&text=JAKARTA%2C%20DDT](https://news.ddtc.co.id/data-terbaru-bps-pertumbuhan-ekonomi-kuartal-i-2022-sebesar-501-38996#:~:text=PEREKONOMIAN%20INDONESIA-)

[CNews%20%E2%80%93](https://news.ddtc.co.id/data-terbaru-bps-pertumbuhan-ekonomi-kuartal-i-2022-sebesar-501-38996#:~:text=PEREKONOMIAN%20INDONESIA-)

Databooks.katadata.co.id. (2022, Februari 7). *Pendapatan Penduduk Indonesia*

Meningkat Menjadi Rp 62,2 Juta per Tahun. Diambil kembali dari

Databooks.katadata.co.id:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/pendapatan->

[penduduk-indonesia-meningkat-menjadi-rp-622-juta-per-tahun](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/pendapatan-)