

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melakukan pemilihan strategi bersaing yang tepat untuk PT MAS. Pemaparan kesimpulan akan dijawab berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan dan saran dibuat untuk perusahaan serta penelitian yang ada di masa mendatang. Kesimpulan dan saran akan dijabarkan sebagai berikut.

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di PT MAS maka terdapat beberapa kesimpulan yang didapatkan untuk menjawab tujuan serta rumusan masalah yang sudah dijabarkan. Berikut adalah kesimpulan dari penelitian yang didapatkan.

1. Posisi perusahaan PT MAS berada pada posisi *hold and maintain* serta kompetitif yang kuat dan pertumbuhan pasar yang tinggi.
2. Usulan strategi yang tepat untuk PT MAS diantaranya adalah menjalin kerja sama dengan pemerintah, membentuk tim *sales project*, mengadakan *event* promosi, merekrut *social media officer*, membuat dan memasang iklan pemasaran.

#### **V.2 Saran**

Saran merupakan usulan atau masukan yang diberikan untuk perusahaan maupun penelitian berikutnya. Saran ini dibuat berdasarkan pengolahan data dan proses analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Saran yang diberikan adalah sebagai berikut.

1. Perusahaan ada lebih baiknya menyampaikan strategi yang telah didapatkan dari hasil penelitian ini kepada seluruh manajemen PT MAS. Selain itu juga perlu dilakukan kegiatan evaluasi secara rutin pada strategi yang sudah diterapkan sehingga strategi yang digunakan untuk perusahaan dapat sejalan sesuai dengan perkembangan pasar.
2. Perusahaan perlu membentuk tim khusus pemasaran yang memasarkan atau mempromosikan produk melalui media sosial.

3. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menjabarkan lebih dalam khususnya pada faktor finansial perusahaan yang diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. (2017). Peran Strategis Manajer dalam Manajemen SDM.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Berita Resmi Statistik. *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2021*.
- Buye, R. (2021). Critical examination of the PESTLE Analysis Model. Diunduh dari [https://www.researchgate.net/publication/349506325\\_Critical\\_examination\\_of\\_the\\_PESTLE\\_Analysis\\_Model](https://www.researchgate.net/publication/349506325_Critical_examination_of_the_PESTLE_Analysis_Model)
- David, F. R. (2017). *Principles of Marketing* (13th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.,.
- Ferrel, O. C., & Hartline, M. D. (2012). *Marketing Strategy : Text and Cases* (6th ed.). Mason: Cengage Learning.
- Hamid, D. (2015). Konsep Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis. In *Kebijakan Bisnis* (pp. 1-58). Jakarta: Universitas Terbuka.
- Hofer, C. W., & Schendel, D. (1978). *Strategy Formulation : Analytical Concepts*. St.Paul: West Publishing Co.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2011). *Essentials of Strategic Management*. New Jersey: Pearson Education Prentice Hall.
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia : Segmenting, Targeting, Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing* (16th ed.). Harlow: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Essex: Pearson Education.
- Kurniawati, S., & Asyurrahman. (2018). Pembangunan Infrastruktur dan Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Kalimantan Barat. *Prosiding SATIESP*, 127.
- Luviana, Y., & Soegoto, D. S. (2020). Formulation of Business Strategy and Implication on Marketing Strategy in Janji Laut Resort, Manado. *Advances in Economics, Business and Management Research*.

- Makkasau, K. (2012). Penggunaan Metode Analytic Hierarchy Process (AHP) Dalam Penentuan Prioritas Program. 107-108.
- Marsden, W. (2014). Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Semen . *Jurnal Ilmiah*.
- Nuvriasari, A. (2012). Mengelola Hubungan dengan Pelanggan Pada Praktik Pemasaran Business To Business dengan Orientasi Penciptaan Loyalitas.
- Palia, A. P. (2017). Developing a Strategic Target SBU Portfolio. 170.
- Panjaitan, H. A., Mulatsih, S., & Wiwie. (2019). Analisis Dampak Pembangunan Infrastruktur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 43-61.
- Pearce II, J. A., Robinson, R. B., & Mital, A. (2014). *Strategic Management : Planning for Domestic and Global Competition* (14th ed.). Chennai: McGraw Hill Education (India) Private Limited.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Quincy, R., Lu, S., & Huang, C. C. (2012). *Swot Analysis : Raising Capacity of Your Organization*.
- Radjab, E., & Rahim, H. A. (2017). *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rofiq, A., Djazuli, A., & Sumarsono. (2016). Segmentasi Pasar Sewa Peralatan Pembangkit Listrik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Saaty, T. L., & Vargas, L. G. (2012). *Models, Methods, Concepts & Applications of the Analytic Hierarchy Process* (2nd ed.). New York: Springer.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sutar, S. N., Patil, P. V., Chavan, R. V., & Maske, M. M. (2021). Study and Review of Ordinary Portland Cement. *ASEAN Journal of Science and Engineering*, 153-160.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Tjahyadi, R. A. (2006). Membangun Hubungan Jangka Panjang Pelanggan Melalui Relationship Marketing. *Jurnal Manajemen Maranatha*.
- Weihrich, H. (1982). *The TOWS Matrix : A Tool for Situational Analysis*. 54-66.

- Weinstein, A. (2004). *Handbook of Market Segmentation : Strategic Targeting for Business and Technology Firms*. New York: The Haworth Press.
- Wibowo, S. A., Handayani, Y., & Lestari, A. R. (2017). Strategi Bersaing Perusahaan dan Kinerja Perusahaan. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 144.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.