

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari analisis yang telah dilakukan mengenai strategi bisnis PT Penta Valent dalam menanggapi identifikasi masalah yang dihadapi dalam penelitian ini, peneliti dapat mencapai beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada PT Penta Valent Tbk, dapat disimpulkan bahwa perusahaan ini telah berhasil menerapkan strategi Broad Differentiation dengan efektif. Strategi ini memungkinkan PT Penta Valent untuk menawarkan produk-produk yang unik dan berkualitas tinggi, menciptakan nilai tambah bagi pelanggan yang lebih menekankan pada kualitas dan fitur daripada harga. Keberhasilan strategi ini terbukti dari peningkatan signifikan dalam laba perusahaan, dengan pertumbuhan laba bruto mencapai 31% dari tahun 2020 ke 2021 dan peningkatan lebih lanjut hingga Juli 2022 sebesar 18%.
2. Analisis lingkungan eksternal menggunakan kerangka PESTLE dan Porter Five Forces menunjukkan bahwa PT Penta Valent beroperasi di industri yang kompetitif namun stabil, dengan ancaman dari pendatang baru dan produk pengganti yang rendah. Dalam analisis internal, metode Value Chain menunjukkan bahwa PT Penta Valent memiliki keunggulan kompetitif dalam manajemen logistik, efisiensi operasional, dan penggunaan teknologi informasi yang handal.
3. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan utama perusahaan, termasuk pengalaman yang luas, jaringan distribusi yang luas, dan sistem teknologi informasi yang handal. Namun, perusahaan juga menghadapi kelemahan seperti ketergantungan pada principals dan margin kompetitif yang

dipengaruhi oleh kebijakan harga principals. Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh PT Penta Valent termasuk ekspansi jaringan distribusi dan pemanfaatan otomasi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Di sisi lain, ancaman yang perlu diwaspadai termasuk persaingan pasar yang ketat dan risiko ketergantungan pada principals.

4. Secara keseluruhan, PT Penta Valent Tbk berada dalam posisi yang kuat untuk terus berkembang dan meningkatkan pangsa pasarnya melalui optimalisasi jaringan distribusi, inovasi produk, dan peningkatan kualitas layanan pelanggan. Perusahaan harus terus memanfaatkan kekuatannya dan mengambil langkah-langkah strategis untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada, serta memanfaatkan peluang yang tersedia di pasar farmasi dan konsumsi Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, berikut adalah beberapa saran dan rekomendasi yang dapat diberikan kepada PT Penta Valent Tbk untuk meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan di industri distribusi farmasi dan konsumsi:

1. PT Penta Valent dapat melakukan perluasan jangkauan distribusi terutama pada daerah-daerah yang memiliki potensi pasar yang tinggi. Dengan begitu perusahaan dapat memanfaatkan pertumbuhan pasar farmasi dan produk konsumen yang terus berkembang di Indonesia. Untuk melakukan perluasan perusahaan perlu menambahkan infrastruktur seperti gudang, armada distribusi, dan kantor cabang. Selain itu tidak lupa dengan perekrutan staff dan pelatihannya. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan persiapan dan identifikasi sumber daya yang diperlukan secara matang untuk melakukan perluasan jangkauan distribusi mereka.

2. Berfokus pada menciptakan inovasi-inovasi baru yang dapat memberikan keunikan maupun peningkatan kinerja perusahaan. Seperti contohnya inovasi dalam bidang pemasaran yang dimana PT Penta Valent membuat konten pemasaran yang berfokus pada solusi dan manfaat bagi pelanggan, seperti studi kasus, white paper, atau laporan industri yang relevan dengan produk alat kesehatan dan consumer goods yang ditawarkan. atau perusahaan dapat menerapkan teknologi AR atau VR untuk memberikan pengalaman interaktif kepada pelanggan, seperti demonstrasi produk virtual atau simulasi penggunaan alat kesehatan terbaru.
3. PT Penta Valent dapat terus meningkatkan penggunaan teknologi informasi dalam operasional sehari-hari. Implementasi sistem Customer Relationship Management (CRM) yang terintegrasi dapat membantu perusahaan dalam mengelola hubungan dengan pelanggan dan principals, serta meningkatkan efisiensi operasional.
4. Fokus pada pemenuhan standar kualitas dan sertifikasi internasional seperti ISO 9001 dan GDP (Good Distribution Practice) untuk memastikan produk yang didistribusikan memenuhi standar kualitas yang tinggi. Hal ini juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan reputasi perusahaan.
5. Mengembangkan program loyalitas yang menarik bagi pelanggan dan principals untuk meningkatkan retensi dan loyalitas. Program ini dapat mencakup diskon, promosi khusus, dan layanan pelanggan yang lebih baik.
6. Melakukan pelatihan dan pengembangan berkelanjutan bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi mereka. Fokus pada pengembangan kemampuan tenaga penjual dan manajemen agar dapat menghadapi tantangan pasar yang dinamis dengan lebih baik.

5.3 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap PT Penta Valent Tbk, terdapat beberapa implikasi yang dapat diambil dari saran yang telah diberikan. Implikasi ini mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan strategi bisnis, operasional, dan pengelolaan sumber daya perusahaan:

1. Perluasan Jangkauan Distribusi

Implikasi:

- a. **Investasi Infrastruktur:** PT Penta Valent perlu melakukan investasi besar dalam infrastruktur distribusi, termasuk pembangunan gudang baru, penambahan armada distribusi, dan pembukaan kantor cabang di daerah-daerah potensial. Investasi ini harus direncanakan dengan cermat untuk memastikan bahwa alokasi dana sesuai dengan kebutuhan dan prioritas perusahaan.
- b. **Rekrutmen dan Pelatihan:** Untuk mendukung perluasan distribusi, perusahaan harus merekrut dan melatih staf baru. Ini termasuk tenaga operasional, manajer distribusi, dan tenaga penjualan. Program pelatihan yang komprehensif diperlukan untuk memastikan bahwa karyawan baru memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menjalankan tugas mereka dengan efektif.
- c. **Identifikasi Sumber Daya:** Perusahaan perlu melakukan analisis mendalam tentang sumber daya yang dibutuhkan, termasuk peralatan, teknologi, dan anggaran. Identifikasi ini harus diikuti dengan rencana implementasi yang rinci untuk mengelola proses perluasan secara efisien.

2. Inovasi dalam Pemasaran dan Teknologi

Implikasi:

- a. Konten Pemasaran yang Berfokus pada Solusi: Mengembangkan konten pemasaran yang edukatif dan informatif, seperti studi kasus, white paper, atau laporan industri, akan membutuhkan kolaborasi antara tim pemasaran dan departemen teknis. Perusahaan harus mengalokasikan anggaran untuk produksi konten berkualitas tinggi dan kampanye pemasaran yang efektif.
- b. Teknologi AR/VR: Implementasi teknologi augmented reality (AR) dan virtual reality (VR) untuk demonstrasi produk memerlukan investasi dalam perangkat keras dan pengembangan perangkat lunak. Ini juga akan memerlukan pelatihan khusus bagi staf penjualan untuk menggunakan teknologi ini secara efektif dalam interaksi dengan pelanggan.

3. Penggunaan Teknologi Informasi dalam Operasional

Implikasi:

- a. Implementasi Sistem CRM: Mengintegrasikan sistem Customer Relationship Management (CRM) yang komprehensif akan memerlukan waktu dan sumber daya yang signifikan. Perusahaan harus memilih platform CRM yang sesuai, mengkonfigurasi sistem sesuai kebutuhan bisnis, dan melatih staf untuk menggunakan sistem tersebut. CRM yang terintegrasi akan membantu meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan pelanggan.
- b. Efisiensi Operasional: Dengan teknologi informasi yang lebih baik, perusahaan dapat mengoptimalkan proses bisnis, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan akurasi data. Ini akan membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik dan respons yang lebih cepat terhadap permintaan pasar.

4. Pemenuhan Standar Kualitas dan Sertifikasi

Implikasi:

- a. Sertifikasi Internasional: Untuk memperoleh sertifikasi seperti ISO 9001 dan GDP (Good Distribution Practice), PT Penta Valent perlu memastikan bahwa semua proses operasional memenuhi standar kualitas yang ketat. Ini akan melibatkan audit internal dan eksternal, pelatihan karyawan, dan peningkatan proses untuk memenuhi persyaratan sertifikasi.
- b. Kepercayaan Pelanggan: Dengan memenuhi standar kualitas internasional, perusahaan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan reputasi pasar. Ini akan memberikan keuntungan kompetitif dan membuka peluang bisnis baru, terutama dengan mitra dan pelanggan internasional.

5. Program Loyalitas Pelanggan

Implikasi:

- a. Pengembangan Program Loyalitas: Perusahaan perlu mengembangkan program loyalitas yang menarik dan relevan bagi pelanggan dan principals. Ini dapat mencakup penawaran diskon, promosi khusus, dan layanan pelanggan yang ditingkatkan. Pengembangan program ini membutuhkan analisis kebutuhan pelanggan dan perancangan skema loyalitas yang efektif.
- b. Meningkatkan Retensi Pelanggan: Program loyalitas yang efektif akan meningkatkan retensi pelanggan, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya akuisisi pelanggan baru. Perusahaan perlu mengalokasikan sumber daya untuk memantau dan mengelola program ini secara berkelanjutan.

6. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan

Implikasi:

- a. Program Pelatihan Berkelanjutan: Perusahaan harus mengembangkan program pelatihan yang berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi karyawan. Ini mencakup pelatihan teknis, manajerial, dan soft skills untuk memastikan bahwa karyawan siap menghadapi tantangan pasar yang dinamis.
- b. Pengembangan Tenaga Penjual dan Manajemen: Fokus pada pengembangan kemampuan tenaga penjual dan manajemen akan membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan yang ketat. Pelatihan yang terstruktur dan program pengembangan karir akan meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- At a Glance, PT. Penta Valent. (n.d.). Home - PT. Penta Valent. Retrieved March 5, 2024, from <https://www.pentavalent.co.id>
- Prospektus PT Penta Valent.* (2023). PT Penta Valent. Retrieved May 15, 2024, from <https://www.pentavalent.co.id/prospektus>
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Concepts and Cases*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management Concepts and Cases*. Hershey Company.
- Walker, G., & Madsen, T. (2010). *Modern Competitive Strategy*. McGraw-Hill Education.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Sleman: Literasi Media Publishing.
- Hitt, Ireland, & Hoskisson. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Cengage Learning
- Jauch, L. R., & Glueck, W. F. (1989). *Strategic Management and Business Policy*.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Creswell, J.W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*.
- Sedjati, R. S. (2019). *Manajemen Strategis (01 ed.)*. Sleman, Yogyakarta, Indonesia: deepublish.
- Tandri Faadila, F. (2023). *Rancangan Strategi Bersaing PT Bumi Belah Samudra*. Universitas Katolik Parahyangan.
- Ryndiandita, R. (2020). *Analisis Strategi Bersaing Restoran Justus Steak House*. Universitas Katolik Parahyangan.
- Marlina, L. (2021). *Evaluasi strategi bersaing PT. Insan Afiat Mandiri Bandung*. Universitas Katolik Parahyangan.