

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah dilakukan penulis mengenai perumusan strategi untuk meningkatkan kinerja PT Z penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut ini.

1. PT Z merupakan perusahaan *pioneer* dibidang garmen khususnya sablon baju kaos yang berada di Bandung, tetapi saat ini persaingan industri sangat ketat membuat PT Z kalah saing. Penjualan PT Z di tahun 2013 sampai pertengahan tahun 2016 masih berfluktuasi hal ini diduga karena perubahan sistem pembayaran yang diterapkan dan *brand awareness* dan loyalitas konsumen yang mulai memudar dikalangan remaja. Pemanfaatan *digital marketing* belum maksimal khususnya penjualan produk melalui *website*. Operasional perusahaan sudah berjalan dengan baik didukung oleh PT Z yang memiliki kualitas produk dan bahan baku yang baik dan memiliki kinerja karyawan yang baik.
2. Perusahaan memiliki kekuatan berupa lokasi dan *physical evidence* yang mendukung pemasaran dan operasional, dan pelayanan yang ramah dan cepat tanggap, sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh PT Z adalah *brand awareness* rendah dan desain baju kaos sablon kurang menarik. PT Z memiliki peluang yang dapat dimanfaatkan, yaitu peningkatan pertumbuhan penduduk dan tingkat konsumtif masyarakat masih tinggi, tetapi terdapat ancaman yang harus dihadapi oleh perusahaan berupa masyarakat Indonesia cenderung membeli merek baju / kaos dari luar negeri dan situasi politik dan perekonomian yang bergejolak.
3. Rumusan strategi yang dapat diterapkan oleh PT Z adalah *product development*. Setelah melakukan *product development* ini PT Z dapat menerapkan atau mengkombinasikan pada saat yang bersamaan dengan strategi *market penetration* menjadi strategi pilihan untuk dapat meningkatkan *brand awareness* perusahaan dan kinerja perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapat, penulis memberikan beberapa masukan atau saran yang nantinya dapat dipertimbangkan oleh pihak PT Z. Berikut merupakan saran yang dibuat oleh penulis untuk dapat meningkatkan kinerja PT Z :

1. Sebaiknya PT Z melakukan *re-branding* dengan melakukan *translucent warning strategy*, misalnya dengan membuat tagline. Hal ini, dapat memberikan citra yang lebih *fresh* kepada masyarakat karena pada saat ini menghadapi tingkat *awareness* konsumen yang berkurang di kalangan remaja.
2. Perusahaan perlu mengembangkan kembali *website* dan *social media* yang telah dimiliki oleh perusahaan menjadi lebih menarik, efektif, dan efisien untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap perusahaan yang juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Selain itu, perusahaan dapat memasukkan konten *fun fact*, *tips and trick*, dan *mix – match* pakaian untuk menarik minat konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, Sri Wahyudi (1996). *Manajemen Strategik. Pengantar Proses Berfikir Strategik*, Jakarta: Bima Aksara.
- Arikunto, Suharsimi (2007). *Manajemen Penelitian. Cetakan Kesembilan*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta
- Barlian, Inge, et al. (2014). *Keunggulan Kreatif Industri Kreatif Industri Kecil Menengah Fesyen Pada Distro – Distro di Kota Bandung. Laporan Penelitian Mono disiplin*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Barney and Hesterly.(2008).*Strategic Management and Competitive Advantage*. 4th edition.Pearson Prentice Hall.
- Biro Pusat Statistik Kota Bandung. (2015). *Proyeksi Penduduk*. Bandung: BPS.
- Biro Pusat Statistik Kota Bandung. (2015). *Indeks Pembangunan Manusia Kota Bandung*. <https://bandungkota.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/39>
- Central Intelligence Agency (t.thn). “*the world factbook about Indonesia geos*.” <http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/id.html>
- Country Meters (2017). “ *Indonesia Population 2017 / Current Population of Indonesia*” .<http://countrymeters.info/en/Indonesia>
- David, Fred R. (2013). *Strategic Management Concept and Cases*. United States: Pearson Education.
- Docslide.us (t.thn). *Benchmarking C-59*. <http://docslide.us/documents/benchmarking-c59.html>
- Fitinline (2015, 26 Mei). “5 Tempat Makloon Sablon dengan Harga Murah di Bandung.” <https://fitinline.com/article/read/5-tempat-makloon-sablon-dengan-harga-murah-di-bandung/>
- Havey, Don. (1988). *Business policy and Strategic Management*. New York: Merrill Publishing Company
- Herawati, Tuty, Christina L. Rudatin, dan Djuni Akbar. (2014). *Potensi Kota Bandung Sebagai Destinasi Incentive Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif*. Epigram vol. 11, no 2
- Pusat Data dan Analisa Pembangunan Jawa Barat. (2015). *Indeks Pembangunan Manusia*.<http://pusdalisbang.jabarprov.go.id/pusdalisbang/beritastatistik-132.html>

- Koran Bisnis (2016, 22 Oktober). “Otomatisasi Ancaman atau Peluang?.”
<http://koran.bisnis.com/read/20161122/447/604975/otomatisasi-ancaman-atau-peluang>
- Koran Bisnis (2016, 20 Desember). “Efek Kenaikan Harga TDL BBM Diwaspadai.”
<http://koran.bisnis.com/read/20161220/433/613477/efek-kenaikan-harga-tdl-bbm-diwaspadai>
- Koran Sindo (2015, 15 Desember). “Bandung Kota Kreatif Dunia UNESCO.”
<http://www.koran-sindo.com/news.php?r=0&n=8&date=2015-12-15>
- Kotler,P., and Keller,K.L. (2002). *Marketing Management*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Marketing (2011,28 Juni). “Demografi Segmen Menengah Atas.”
<http://www.marketing.co.id/demografi-segmen-menengah-atas/>
- Pearce,J. A., II and Robinson, R. B., Jr. (2007). *Formulation, Implementation and Control of Competitive Strategy*, 10th edition, Chicago, IL, Richard D. Irwin, Inc.
- Porter, Michael. (2007). Strategi Bersaing. Edisi Revisi. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Porter, Michael E. (1996). *Competitive Advantage to Corporate Strategy*. Harvard Business Review. May-June.
- Slocum, et al.(2008). *Competency Based Management*. 11th edition. South-Western : Thomson.
- Sekaran,U.,& Bougie,R. (2010). *Research Method for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Solihin, Ismail. (2012). Manajemen Strategik. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Suryawati. (2009). Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Industri Tekstil dan Pakaian Jadi di Provinsi DIY. Jurnal Akuntansi dan Manajemen, vol. 20 no. 1. Yogyakarta: Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat STIE YKPN.
- Techniasia (2014, 1 Agustus). “5 Masalah Pebisnis Teknologi Indonesia.”
<https://id.techinasia.com/5-masalah-pebisnis-teknologi-indonesia>
- Tempo (2016, Agustus 8). “Cara Indonesia Menembus 5 Besar Eksportir Tekstil Dunia.” <https://m.tempo.co/read/news/2016/08/29/090799804/cara-indonesia-menembus-5-besar-eksportir-tekstil-dunia/>
- Tempo (2016, 18 September). “Pabrik Tenun Tertua Tasikmlaya Kini Megap – Megap.” <https://m.tempo.co/read/news/2016/10/18/090813030/pabrik-tenun-tertua-tasikmalaya-kini-megap-megap/>
- Tjiptono, Fandy .(2015).Strategi Pemasaran. Edisi 4. Penerbit Andi Yogyakarta

Ward dan Peppard .(2002). *Strategic Planning for Information Systems*.3rd Edition.
United Kingdom : John Wiley and Sons.

Wheelen,T.L., and Hunger,J.D (2012). *Strategic Management and Business Policy*. 8th
edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pretice Hall.

Wikipedia (t.thn). “Daftar Kota di Indonesia Menurut Kepadatan Penduduk.”
https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_kota_di_Indonesia_menurut_kepadatan_penduduk/