

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada BAB V, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal, sebagai berikut:

- (1) PT Naga Pesona Cemerlang merupakan salah satu *family business* yang bergerak pada industri jasa sewa-menyewa alat berat dan *moving rig* di Kota Jambi. Saat ini, untuk penerapan strategi bersaing, perusahaan mengandalkan nama baik dan citra perusahaan sebagai perusahaan jasa sewa-menyewa alat berat dan *moving rig* yang telah memiliki banyak pengalaman kerja. Perusahaan juga berusaha untuk membangun hubungan yang baik dengan pihak luar, seperti *supplier* dan konsumen, serta melakukan sejumlah kolaborasi dengan industri terkait guna menghadapi persaingan yang ketat dalam industri jasa sewa-menyewa alat berat.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa usaha untuk mengandalkan nama baik dan citra perusahaan, serta membangun hubungan yang baik dengan pihak luar, termasuk salah satu bagian dari *public relation*. Dimana, hal tersebut merupakan salah satu aspek dari 4P (*Product, Promotion, Price, Place*), yaitu *promotion*. Selanjutnya, jika dikaitkan dengan *grand strategy*, strategi diatas dapat digolongkan ke dalam kelompok strategi intensif, yaitu strategi penetrasi pasar (*market penetration*).

- (2) Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal perusahaan, PT Naga Pesona Cemerlang masuk ke dalam kategori *growth strategy* pada posisi kuadran 2. Hal ini menandakan bahwa tujuan yang harus dicapai perusahaan saat ini adalah untuk meningkatkan penjualan dan profit. Usaha yang dapat dilakukan adalah dengan cara menurunkan harga; mengembangkan produk baru; menambah kualitas produk dan/atau jasa; meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas; memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui

pengembangan internal maupun eksternal dalam bentuk akuisisi atau *joint ventures* dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.

Secara keseluruhan, peneliti dapat menyimpulkan beberapa jenis strategi yang dapat diterapkan oleh PT Naga Pesona Cemerlang sesuai dengan hasil analisis internal dan eksternal perusahaan, yaitu kelompok strategi integrasi dan kelompok strategi intensif. Adapun strategi yang dimaksud adalah strategi *horizontal integration*, *market penetration*, *market development*, serta *product development*.

- (3) Berdasarkan hasil analisis dengan teknik *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), perusahaan dapat menerapkan 2 (dua) alternatif strategi terbaik, yaitu *market penetration* dan *horizontal intergration*.

a. *Market Penetration*

Strategi ini berusaha untuk meningkatkan *market share* suatu produk atau jasa melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih besar. Strategi ini dapat diimplementasikan baik secara sendiri-sendiri atau bersama dengan strategi lain, seperti untuk menambah tenaga penjual, banyak iklan, *items* untuk promosi penjualan, dan/atau usaha-usaha promosi lainnya. Tujuan dari strategi ini adalah untuk meningkatkan pangsa pasar dengan usaha pemasaran yang maksimal.

b. *Horizontal Integration*

Strategi ini dimaksudkan agar perusahaan meningkatkan pengawasan terhadap para pesaing perusahaan. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mendapatkan kepemilikan dan/atau meningkatkan pengendalian para pesaing.

## 6.2 Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada BAB V, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai bentuk implementasi

strategi bagi PT Naga Pesona Cemerlang, yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan, sebagai berikut:

a. *Market Penetration*

- (1) Perusahaan dapat membentuk suatu divisi baru, yaitu divisi pemasaran agar dapat meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas;
- (2) Perusahaan dapat menjual alat-alat berat dan kendaraan angkutan yang membutuhkan biaya perawatan yang besar. Hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya operasional sekaligus meningkatkan kualitas perusahaan sebagai perusahaan jasa sewa-menyewa alat berat dan *moving rig* di Kota Jambi dengan nama dan citra perusahaan yang baik;
- (3) Perusahaan dapat meminimalkan biaya (*minimize cost*) untuk meningkatkan profit dengan cara melakukan perombakan sistem internal, mulai dari kualitas tenaga kerja hingga pengawasan penggunaan peralatan kantor. Penghematan biaya dari hal tersebut dapat dialokasikan sebagai bentuk biaya promosi perusahaan untuk mempertahankan serta meningkatkan pangsa pasar;
- (4) Perusahaan harus melakukan riset secara mendalam sebelum melakukan pembelian alat berat dan/atau kendaraan angkutan agar dapat digunakan secara efektif dan efisien bagi produktivitas perusahaan. Hal ini akan berpengaruh terhadap penilaian pelanggan yang mengarah kepada tingkat kepuasan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

b. *Horizontal Integration*

- (1) Perusahaan dapat melakukan *joint ventures* dengan perusahaan lain yang sejenis untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan pangsa pasar;
- (2) Perusahaan dapat melakukan akuisisi terhadap perusahaan lain yang sejenis agar dapat mengurangi tingkat persaingan di industri jasa sewa-menyewa alat berat dan *moving rig*;

- (3) Perusahaan dapat melakukan aliansi strategis dengan sejumlah industri terkait seperti, industri pertambangan, konstruksi, perminyakan dan gas yang memiliki kebutuhan mutlak akan penyewaan alat-alat berat. Hal ini secara tidak langsung dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2014, Februari 18). *Proyeksi Penduduk menurut Provinsi 2010 - 2035*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik Indonesia: <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1274>
- Badan Pusat Statistik. (2017, Agustus 16). *Kota Jambi Dalam Angka 2017*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik Kota Jambi: <https://jambikota.bps.go.id/index.php/publikasi/129>
- Badan Pusat Statistik. (2017, September). *Laporan Perekonomian Indonesia 2017*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik Indonesia: <https://www.bps.go.id/index.php/publikasi/4695>
- Badan Pusat Statistik. (2017, Oktober). *Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulan 2013-2017*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik Indonesia: <https://www.bps.go.id/Publikasi/view/id/4716>
- Badan Pusat Statistik Kota Jambi. (2017, Juli). *PDRB Kota Jambi Menurut Lapangan Usaha 2012-2016*. Retrieved March 19, 2017, from Badan Pusat Statistik Kota Jambi: <http://jambi.bps.go.id/Publikasi/view/id/147>
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*. SAGE.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases* (13th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (8th ed., Vol. 2). Jakarta: Erlangga.
- Laucereno, S. F. (2017, November 14). *Bunga Deposito Terus Turun, Bunga Kredit Kok Masih Tinggi?* Diambil kembali dari Detik Finance: <https://finance.detik.com/moneter/3726870/bunga-deposito-terus-turun-bunga-kredit-kok-masih-tinggi>

- Pearce II, J. A., & Robinson, J. R. (2008). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian* (10th ed., Vol. 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 25-33.
- Pratama, R. A. (2016, Desember 06). *Survei: Usaha Lingkup Keluarga Masih Jadi Tumpuan*. Dipetik Maret 27, 2017, dari Bisnis.Com: <http://finansial.bisnis.com/read/20161206/9/609609/javascript>
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (22nd ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar: Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, P. D. (2008). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriadi, A. (2014, Desember 12). *PwC: 95 Persen Perusahaan Indonesia Adalah Bisnis Keluarga*. Dipetik Maret 27, 2017, dari CNN Indonesia: <http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20141202100356-92-15176/pwc-95-persen-perusahaan-indonesia-adalah-bisnis-keluarga/>
- Tempo.co. (2017, Juni 23). *Pemerintah Tambah 55 Proyek Strategis Nasional*. Diambil kembali dari TEMPO.CO: <https://bisnis.tempo.co/read/886959/pemerintah-tambah-55-proyek-strategis-nasional>
- Umar, H. (2001). *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yudistira, G. (2017, November 19). *OJK ingin bunga kredit 7% sama dengan Thailand*. Diambil kembali dari KONTAN.CO.ID: <http://keuangan.kontan.co.id/news/ojk-ingin-bunga-kredit-7-sama-dengan-thailand>