

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan dari analisis tentang strategi pengembangan produk untuk Toko Plastik Fajar Mulya yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan analisa dengan beberapa teori dan juga metode, maka kita dapat melihat lingkungan eksternal dan internal Toko Fajar Mulya saat ini. Untuk menganalisis lingkungan eksternal saya menggunakan teori dasar PESTEL dan juga five forces. Teori PESTEL digunakan untuk menganalisis dan mengetahui kondisi lingkungan eksternal secara makro sedangkan teori five forces digunakan untuk menganalisis dan mengetahui kondisi eksternal secara mikro.

Dengan menggunakan kedua teori tersebut, saya dapat mengetahui kondisi eksternal Toko Plastik Fajar Mulya baik secara makro maupun mikro. Kondisi eksternal secara makro dapat dilihat dari 5 aspek, yaitu politik, ekonomi, social, teknologi, lingkungan, dan hukum. Sedangkan kondisi eksternal secara mikro dapat dilihat dari aspek pesaing, pemasok, konsumen, barang substitusi, dan tingkat persaingan antar pesaing.

Jadi Toko Fajar Mulya sejauh ini masih dapat bertahan dengan kondisi eksternal makro dan mikro saat ini. Namun untuk lingkungan eksternal mikro ada beberapa aspek yang mulai mengancam seperti dalam aspek politik dan hukum yang mulai menerapkan pelarangan penggunaan

bungkusan makanan yang tidak ramah lingkungan. Selain itu, ada juga aspek ekonomi yang tidak dapat dikontrol oleh perusahaan seperti adanya inflasi.

Untuk lingkungan eksternal mikro, Toko Fajar Mulya tidak mendapat ancaman yang cukup mempengaruhi kinerja toko. Hal ini dikarenakan ada beberapa aspek yang justru menjadi peluang seperti adanya barang substitusi dan juga *supplier – supplier* yang telah bekerja sama dalam jangka waktu yang cukup lama.

Kondisi internal perusahaan juga sudah dianalisis. Kondisi internal perusahaan dibagi dalam beberapa aspek seperti akuntansi, keuangan, sdm, pemasaran, penelitian dan pengembangan. Pada aspek – aspek ini Toko Fajar Mulya terlihat belum terlalu memprioritaskan karena mungkin skala toko yang masih kecil. Namun untuk ke depannya, aspek – aspek tersebut harus diperbaharui agar dapat memudahkan kinerja toko dan juga dapat menahan ancaman – ancaman yang datang serta dapat meraih setiap peluang yang muncul.

Setelah itu setiap hasil analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal, saya melakukan tahap berikutnya yaitu metode matriks EFAS, IFAS, dan IE. Tujuan dilakukan metode ini adalah untuk mengetahui kondisi perusahaan berdasarkan score yang dihasilkan. Untuk lingkungan eksternal, saya menggunakan matriks EFAS dan score yang dihasilkan oleh matriks ini adalah 2.82. Sedangkan untuk lingkungan internal, saya menggunakan matriks IFAS dan score yang dihasilkan oleh matriks ini adalah 2.71.

Sehingga jika kedua score tersebut dicocokkan di dalam matriks IE, maka titik temu kedua score tersebut berada pada kolom nomor 5 atau kuadran 5. Artinya, dengan faktor lingkungan eksternal dan internal saat ini, Toko Fajar Mulya berada pada posisi *growth* dan *stability strategy* namun memiliki sifat yang *hold and maintain*. Pada kondisi ini, Toko Fajar Mulya memiliki beberapa keuntungan yang harus dipertahankan agar dapat terus bersaing dengan kompetitor. Kondisi seperti ini terjadi dikarenakan tingkat persaingan antar toko dalam bidang plastik ini sangatlah tinggi. Sehingga Toko Fajar Mulya diharapkan dapat melakukan strategi bertahan agar dapat terus bersaing baik dengan melakukan penetrasi pasar ataupun pengembangan produk.

2. Toko Fajar Mulya saat ini telah memiliki beberapa kekuatan dan juga kelemahan. Kekuatan tersebut adalah umur toko yang sudah mencapai 10 tahun, lokasi toko yang cukup strategis, produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang sudah baik, karena umur toko yang sudah cukup lama maka Toko Fajar Mulya juga telah memiliki pemasok – pemasok yang telah lama bekerja sama, dan varian produk yang dijual sudah cukup banyak.

Namun dari kekuatan tersebut, Toko Fajar Mulya tentu masih memiliki kelemahan. Kelemahan – kelemahan ini mayoritas berfokus pada bagian operasional toko seperti sistem akuntansi dan keuangan masih kuno, jumlah pegawai yang cukup minim, tidak adanya sistem pemasaran, kurangnya penggunaan fasilitas teknologi. Selain itu, Toko Fajar Mulya juga masih memiliki kelemahan pada bagian fasilitas yang diberikan kepada konsumen.

Dari kondisi tersebut Toko Fajar Mulya memiliki beberapa strategi alternatif strategi untuk meraih peluang dan juga menghindar / menahan adanya ancaman. Strategi alternatif ini didapatkan pada matriks SWOT. Berikut pilihan strategi alternatif untuk Toko Plastik Fajar Mulya:

- Strategi (S-O):
  1. Membangun cabang di beberapa tempat ataupun membuka toko online. (S2, O1)
  2. Mengupdate varian barang yang dijual sesuai tren yang berkembang. (S4, O4)
  3. Menggunakan fasilitas bank sebagai tambahan modal untuk memperbesar pasar. (S2, O3)
  4. Memiliki ciri khas dengan mempertahankan kualitas barang yang dijual. (S5, O4)
  5. Memaksimalkan sistem pemasaran seperti memasang banner, mengupdate lokasi di map, dll. (S1, O1, O4)
- Strategi (S-T):
  1. Menyesuaikan penjualan barang disetiap daerah. (S4, T1)
  2. Mencari barang substitusi agar tidak terhambat oleh peraturan. (S3, T5)
  3. Memiliki ciri khas dengan mempertahankan kualitas barang yang dijual. (S5, T2)
  4. Mencoba mencari pasar baru diluar para penjual eceran dan para pebisnis di bidang kuliner. (S2, T1, T2, T4)
  5. Selalu mengupdate barang yang sedang laku dipasaran. (S3, T2)
- Strategi (W-O):
  1. Memaksimalkan penggunaan teknologi untuk memudahkan sistem operasional toko maupun pencatatan. (W1, W3, W4, W5, O2)
  2. Merekrut pegawai baru agar dapat meningkatkan penjualan. (W2, O1, O4)
  3. Memaksimalkan sistem pemasaran seperti mengedukasi pegawai agar dapat memahami barang yang dijual dan juga dapat melayani konsumen dengan baik dan sopan. (W4, O1, O4)
- Strategi (W-T):
  1. Mempertahankan pelanggan dengan memberi update barang terbaru. (W3, T2, T4)

2. Memberikan fasilitas layanan yang baru. (seperti jasa antar barang, promo, discount, special price, dll) (W3, T2, T4)
3. Mendengarkan masukan dan keluhan pelanggan terhadap barang yang dijual. (W3, T2)
4. Mencari tahu informasi strategi pesaing dari konsumen. (T2)

Strategi – strategi tersebut didapatkan pada matriks SWOT dan dapat menjadi pilihan strategi agar dapat meraih peluang dan juga menahan ancaman yang akan datang.

3. Walaupun pada bagian sebelumnya strategi yang dihasilkan sudah cukup banyak, namun strategi – strategi tersebut tentu harus memiliki prioritas untuk diterapkan lebih dahulu oleh Toko Fajar Mulya saat ini. Maka saya menggunakan satu metode lagi agar dapat memilih strategi yang perlu diprioritaskan. Metode yang saya gunakan untuk menentukan pilihan strategi yang akan dipilih adalah dengan menggunakan matriks perencanaan strategi kuantitatif (QSPM).

Pada bagian ini, saya mengelompokkan strategi – strategi tersebut dalam 2 kategori saja. Kategori tersebut saya ambil berdasarkan posisi perusahaan yang ada pada kuadran 5 di matriks IE yang artinya perusahaan sedang ada posisi *hold* dan *maintain*. Sehingga pilihan strategi yang ada adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Pada metode QSPM saya akan membandingkan kedua strategi tersebut berdasarkan bobot, score, dan score akhir yang muncul. Untuk strategi penetrasi pasar pada metode QSPM memiliki nilai akhir sebesar 6.1. Sedangkan untuk strategi pengembangan produk memiliki nilai akhir

sebesar 7.13. Sehingga strategi yang cocok diterapkan lebih dahulu pada kondisi saat ini adalah strategi pengembangan produk.

Strategi pengembangan produk difokuskan untuk memperkenalkan produk baru ke pasar yang sudah ada pada saat ini. Pengembangan produk ini bisa dilakukan dengan menambah varian dari produk yang sudah ada ataupun benar – benar membuat produk yang baru.

Untuk Toko Plastik Fajar Mulya, pengembangan produk bisa dilakukan dengan memfokuskan dengan menggunakan bahan – bahan yang ramah dengan lingkungan. Untuk bahan plastik sendiri, memang ada beberapa bahan yang sebenarnya aman untuk digunakan sebagai kemasan untuk makanan dan minuman. Biasanya plastik yang aman digunakan sebagai kemasan makanan dan minuman ini berbahan agak tebal dan dapat dipakai berulang – ulang.

Namun tetap saja berbahan dasar plastik dan sulit diurai secara alami. Jadi alternative terbaik untuk saat ini adalah dengan menggunakan bungkus makanan dan minuman berbahan kertas / karton yang sudah memenuhi standar *food grade*.

Walaupun harga yang ditawarkan akan lebih mahal daripada produk dengan bahan plastik, tapi bungkus makanan dengan bahan dasar kertas / karton merupakan bahan yang ramah lingkungan. Sehingga jika ke depannya ada peraturan tentang pelarangan penjualan produk berbahan plastik terutama yang penggunaannya hanya sekali pakai, Toko Fajar Mulya dapat tetap mempertahankan penjualannya.

Dari strategi pengembangan produk tersebut ada beberapa strategi pendukung yang dapat diaplikasikan agar strategi pengembangan produk dapat berjalan dengan baik. Strategi – strategi tersebut adalah sebagai berikut:

- Mengetahui tren pasar.
- Mempertahankan standar kualitas produk yang dijual.
- Mendengarkan setiap masukan dan kritik dari konsumen mengenai produk yang dijual dan juga produk yang diinginkan.
- Mulai mencari produk substitusi untuk masing – masing produknya.
- Mencari tahu produk kemasan yang dipakai di luar negeri terutama pada Negara yang memiliki peraturan yang ketat terhadap ramah lingkungan.

## **6.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah saya berikan mengenai strategi yang perlu diterapkan oleh Toko Fajar Mulya, maka ada beberapa saran yang dapat saya rekomendasikan kepada Toko Plastik Fajar Mulya yaitu sebagai berikut:

1. Menjaga kualitas produk yang dijual agar konsumen dapat tetap setia dan tetap puas terhadap produk yang ditawarkan Toko Plastik Fajar Mulya.
2. Selalu mencari informasi kepada konsumen untuk mengetahui tren produk yang sedang banyak digunakan dipasar.
3. Menyediakan produk – produk yang disesuaikan dengan keinginan konsumen baik dari ukuran, bentuk, dan bahan produk yang digunakan.
4. Mempelajari produk – produk unggulan dari kompetitor lalu Toko Fajar Mulya dapat menyediakan produk serupa dengan memberikan nilai tambah

baik dalam bentuk varian ukuran, model, ataupun bahan. Sehingga produk yang ditawarkan oleh Toko Fajar Mulya terasa lebih superior dibandingkan kompetitor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Craig & Grant. (2002). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Elex Media Komputindo Kelompok .
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategis, Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Buku 1 Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep, Editi 12*. Jakarta: Salemba 4.
- Dyson, R. G. (2004). *Strategic Development and SWOT Analysis*. Warwick: European Journal of Operation .
- Hamel and Prahalad. (1995). *Management*. New Delhi: Tata McGraw Hill.
- Handoko, T. H. (1999). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hariadi, B. (2003). *Strategi Manajemen*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Jauch, Lawrence R. dan William F. Glueck. (1998). *Manajemen Strategis dan Kebijakan* . Jakarta: Erlangga.
- John A. Pearce and Robinson Richard B Jr. (2003). *Strategic Management Formulation, Implementation, and Control*. Boston: McGraw Hill.
- Mintzberg, H. (2007). *Tracking Strategies : Toward a General*. New York: Oxford University Press Inc.
- Moleong, L. J. (1995). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Morrisey, G. L. (1995). *a Guide to Strategic Thinking : Building*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Mulyadi. (2001). *Akuntansi Manajemen : Konsep, Manfaat dan Rekayasa, Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, M. E. (2008). *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Renier, G. J. (1997). *Metode dan Manfaat Ilmu Sejarah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Riduwan. (2004). *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Siagian, S. P. (2004). *Manajemen Abad 21*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Stoner James, A. F. (1996). *Manajemen, Edisi Indonesia*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Subagyo, J. (1997). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (1997). *Metodologi Penelitian bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2000). *Metodologi Penelitian bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suswadiyanto, M. (2010). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Alfabeta.
- Wheelen, T. L. (2010). *Strategic Management and Business Policy*. Upper Saddle River, New Jersey : Pearson Education, Inc. .
- Williams, D. K. (2010). *Brilliant Business Plan*. UK: Prentice Hall.

## Website

Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2018, April 20). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Bandung 2016*. Retrieved from bandungkota.bps.go.id:

<https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2017/08/29/104/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-bandung-2016-.html>

Heriadi, T. J. (2016, Oktober 13). *Styrofoam Dilarang Digunakan Mulai 1 November 2016*. Retrieved from [www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com):  
<http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2016/10/13/styrofoam-dilarang-digunakan-mulai-1-november-2016-382205>

Jannah, S. M. (2018, April 26). *Dolar Perkasa, Ini Bahayanya untuk Industri Dalam Negeri*. Retrieved from [finance.detik.com](https://finance.detik.com):  
<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3991754/dolar-perkasa-ini-bahayanya-untuk-industri-dalam-negeri>

Nurmatari, A. (2016, Februari 4). *Bandung Satu-satunya Kota yang Punya Perda Pengurangan Kantong Plastik di Indonesia*. Retrieved from [news.detik.com](https://news.detik.com):  
<https://news.detik.com/berita-jawa-barat/3135236/bandung-satu-satunya-kota-yang-punya-perda-pengurangan-kantong-plastik-di-indonesia>

Priyoharto, G. (2018, Mei 23). *Rupiah Merosot = Ekspor Meroket?* Retrieved from [news.detik.com](https://news.detik.com): <https://news.detik.com/kolom/4034238/rupiah-merosot--ekspor-meroket>

- Riadi, M. (2013, January 13). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Retrieved from [www.kajianpustaka.com: http://www.kajianpustaka.com/2013/01/usaha-mikro-kecil-dan-menengah.html](http://www.kajianpustaka.com/2013/01/usaha-mikro-kecil-dan-menengah.html)
- Riadi, M. (2016, November 06). *Pengertian, Tujuan dan Proses Manajemen Strategi*. Retrieved from [www.kajianpustaka.com: http://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-proses-manajemen-strategi.html](http://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-proses-manajemen-strategi.html)
- Santoso, A. B. (2015, February 19). *Gambaran Inilah yang Membuat Prospek Usaha Kuliner Makin Cerah*. Retrieved from [www.tribunnews.com: http://www.tribunnews.com/travel/2015/02/19/gambaran-inilah-yang-membuat-prospek-usaha-kuliner-makin-cerah](http://www.tribunnews.com/travel/2015/02/19/gambaran-inilah-yang-membuat-prospek-usaha-kuliner-makin-cerah)
- Sanusi. (2016, Oktober 13). *Mulai 1 November, Ridwan Kamil Larang Styrofoam di Bandung*. Retrieved from [www.tribunnews.com: http://www.tribunnews.com/metropolitan/2016/10/13/mulai-1-november-ridwan-kamil-larang-styrofoam-di-bandung](http://www.tribunnews.com/metropolitan/2016/10/13/mulai-1-november-ridwan-kamil-larang-styrofoam-di-bandung)
- Sutriyanto, E. (2014, April 02). *Dalam 5 Tahun Jumlah Restoran Kelas Menengah Tumbuh 250 Persen*. Retrieved from [www.tribunnews.com: http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/04/02/dalam-5-tahun-jumlah-restoran-kelas-menengah-tumbuh-250-persen](http://www.tribunnews.com/bisnis/2014/04/02/dalam-5-tahun-jumlah-restoran-kelas-menengah-tumbuh-250-persen)
- Sutriyanto, E. (2016, July 27). *Sepanjang Tahun 2016 Ini, Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Stabil*. Retrieved from [www.tribunnews.com: http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/07/27/sepanjang-tahun-2016-ini-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-stabil?page=2](http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/07/27/sepanjang-tahun-2016-ini-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-stabil?page=2)