

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Melalui latar belakang masalah yang dimiliki toko Makmur, penulis melakukan analisis pada toko Makmur berdasarkan teori dan metode penelitian. Kemudian penulis memperoleh hasil penelitian terhadap toko Makmur. Maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Kondisi Internal dan Eksternal Toko Makmur saat ini

Berdasarkan hasil skor Matriks EFAS yaitu sebesar 2,80 dan juga hasil skor Matriks IFAS yaitu sebesar 2,84 dapat disimpulkan bahwa kemampuan toko Makmur dalam menghadapi peluang dan ancaman cukup baik dan kemampuan toko Makmur untuk menutupi kelemahan yang dimilikinya dengan kekuatannya juga cukup baik. Kedua skor yang didapatkan tersebut bertemu pada sel ke 5 dalam Matriks Internal Eksternal yang merupakan strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*) namun arahnya lebih bersifat defensif atau bertahan untuk mempertahankan profit saat ini. Dalam kondisi saat ini juga, toko Makmur sudah lebih unggul dibandingkan dengan pesaing-pesaing utamanya. Dengan Matriks Kompetitif saat ini

didapatkan nilai tertimbang sebesar 3,44 sehingga toko Makmur dapat dikatakan sebagai *market leader* di kota Garut. Meskipun begitu, toko Makmur harus mampu memberikan nilai lebih kepada konsumen-konsumennya sehingga tingkat kepuasan konsumen menjadi lebih tinggi dan toko Makmur dapat meningkatkan penjualannya melalui strategi penetrasi pasar.

2. Kekuatan dan Kelemahan toko Makmur

- Kekuatan yang dimiliki oleh toko Makmur yaitu menjual produk yang beraneka ragam, *brand* toko Makmur yang sudah cukup dikenal di kota Garut, Lokasi toko yang cukup strategis, selalu berinovasi untuk menjual produk-produk baru, dan harga yang realtif murah dengan produk yang terjamin. Kekuatan-kekuatan yang dimiliki tersebut akan sangat membantu toko Makmur dalam melakukan strategi penetrasi pasar untuk meningkatkan omzet penjualan. Dilihat dari kondisi sosial masyarakat yang menyukai produk dengan harga yang murah maka kondisi akan semakin menguntungkan toko Makmur.
- Kelemahan yang dimilikinya adalah tidak mengikuti perkembangan teknologi, tidak adanya tim *marketing* untuk mempromosikan, kurangnya tenaga kerja yang berkualitas, kurangnya kebersihan toko, dan jam tutup toko yang tidak menentu. Meskipun

kelemahan-kelemahan tersebut tidak begitu berpengaruh besar untuk kondisi saat ini, toko Makmur tetap harus waspada. Apabila toko Makmur ingin melakukan strategi penetrasi pasar, maka kelemahan-kelemahan tersebut harus dihilangkan karena segala aktivitas perusahaan saat ini akan lebih berat tanpa adanya teknologi dan tenaga kerja yang berkualitas

3. Peluang dan Ancaman toko Makmur

- Peluang yang dimiliki oleh toko Makmur saat ini adalah banyaknya penduduk dan kota di Indonesia yang dapat menjadi sasaran ekspansi, meningkatnya jumlah penduduk yang menyebabkan peningkatan permintaan produk, adanya perkembangan teknologi yang dapat membantu operasional toko Makmur, meningkatnya pedagang eceran yang dapat meningkatkan permintaan produk, dan menjadi *market leader* di kota Garut. Meningkatnya permintaan produk akan berdampak positif karena toko Makmur tidak perlu mengeluarkan biaya untuk melakukan strategi penetrasi pasar. Permintaan produk yang tinggi juga harus diiringi dengan kemampuan perusahaan dalam mengatur manajemen pemasaran, operasi, sumber daya manusia, dan keuangan sehingga aktivitas bisnis dapat berjalan dengan baik.

- Ancaman dari pihak luar adalah persaingan dengan toko-toko sejenis, perekonomian di dalam negeri yang tidak stabil, peraturan pemerintah yang berubah-ubah, pesaing mudah meniru strategi, dan lokasi pemasok yang jauh. Meskipun toko Makmur dalam keadaan yang baik saat ini, toko Makmur harus tetap waspada dari ancaman-ancaman yang ada. Perekonomian dalam negeri yang tidak stabil dan peraturan pemerintah yang berubah-ubah merupakan ancaman yang bisa datang kapan saja. Inflasi yang tinggi dapat menurunkan permintaan produk dan peraturan pemerintah yang berubah-ubah dapat mempersulit toko Makmur untuk dapat beroperasi.

4. Langkah strategis yang cocok untuk toko Makmur

Setelah melakukan analisis melalui Matriks Internal Eksternal maka diketahui perusahaan sedang berada dalam strategi pertumbuhan. Melalui strategi pertumbuhan tersebut toko Makmur memiliki 3 alternatif strategi insentif yang kemudian ditelusuri dengan QSPM. 3 alternatif strategi tersebut adalah:

- Strategi Penetrasi Pasar

Berdasarkan QSPM, strategi ini merupakan strategi yang paling cocok dengan skor tertinggi. Strategi ini dapat dilakukan dengan cara melakukan promosi, memberikan potongan harga ketika

mencapai target, dan meningkatkan kualitas pelayanan. Strategi ini bertujuan untuk merebut konsumen dari kompetitor lain dan juga meningkatkan jumlah penggunaan produk oleh masyarakat.

- Strategi Pengembangan Pasar

Berdasarkan analisis QSPM, strategi ini merupakan strategi kedua yang memungkinkan bagi toko Makmur. Strategi ini dapat dilakukan dengan cara membuka cabang di daerah baru, mencari saluran distribusi baru, menggunakan teknologi untuk menjangkau pasar baru, dan juga menggunakan tim *marketing* untuk meraih pasar baru. Namun, strategi pengembangan pasar tidak begitu sesuai dengan kondisi internal perusahaan saat ini yang masih memiliki banyak kelemahan.

- Strategi Pengembangan Produk

Berdasarkan analisis QSPM, strategi ini merupakan alternatif strategi terakhir setelah kedua strategi lainnya. Strategi ini dilakukan dengan cara menjual produk baru pada pasar yang sama. Karena toko Makmur bukanlah perusahaan yang memproduksi sesuatu, maka toko Makmur melakukan pengembangan produknya dengan cara menjual obat-obat yang

memiliki resep dokter. Dalam hal ini toko Makmur, harus memiliki ijin yang berlaku dan juga apoteker yang selalu berjaga di toko Makmur. Oleh karena itu, strategi pengembangan produk merupakan strategi yang paling tidak memungkinkan ditambah lagi dengan kondisi kebersihan toko yang menjadi kelemahan toko Makmur karena dekat dengan daerah pasar dan toko Makmur juga tidak memiliki pengalaman dalam menjual obat dengan resep dokter sehingga akan sulit bagi toko Makmur untuk unggul dari pesaing.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, beberapa saran dari penulis yang ingin disampaikan kepada pemilik toko Makmur adalah sebagai berikut:

1. Menggunakan tim *marketing* untuk meningkatkan penjualan

Dengan adanya karyawan di bidang pemasaran, toko Makmur dapat meningkatkan penjualan produk-produknya. Tim *marketing* berfungsi untuk menekan omzet penjualan toko untuk mencapai target dengan cara membuat langganan membeli lebih banyak produk dengan menawarkan produk lain yang belum pernah dibeli. Adanya tim *marketing* tentunya akan menaikkan beban toko Makmur sehingga adanya tim *marketing* harus mampu menambah keuntungan

dan bukan menjadi hambatan bagi toko Makmur.. Beberapa cara pemasaran yang dapat dilakukan adalah:

- Promosi dengan menggunakan teknologi

Mengikuti perkembangan teknologi seperti membuat *website* dan media sosial akan membantu mempromosikan toko Makmur. Tim *marketing* juga dapat menjangkau pangsa pasar yang belum mengenal toko Makmur dengan menggunakan teknologi tersebut.

- Kerja sama dengan perusahaan

Kerja sama yang ada disini bertujuan agar produk-produk lebih dikenal masyarakat sehingga permintaan akan meningkat. Kerja sama yang dapat dilakukan seperti membuat *souvenir* seperti tas atau kaos yang disponsori oleh produk dari perusahaan tersebut. Biasanya biayanya ditanggung oleh perusahaan karena mereka mengiklankan produk mereka. *Souvenir* ini diberikan oleh toko Makmur kepada pelanggan-pelanggan sebagai suatu imbalan dalam kurun waktu tertentu. Hal ini juga dapat meningkatkan permintaan produk dikarenakan produk tersebut semakin dikenal masyarakat.

- Memberikan layanan khusus bagi pelanggan

Layanan khusus yang diberikan pada pelanggan berupaya agar pelanggan lebih senang dengan pelayanan yang diberikan oleh toko Makmur. Layanan yang diberikan seperti menawarkan barang-barang yang suka dibeli oleh pelanggan dan memberikan info-info seperti barang yang akan naik harganya dan juga menyediakan stok barang untuk mereka sebelum habis apabila mereka membutuhkan barang tersebut.

2. Menggunakan teknologi

Salah satu teknologi yang dapat digunakan adalah mesin kasir. Teknologi mesin kasir ini digunakan agar perhitungan menjadi lebih akurat dan tidak memakan waktu yang lama. Saat ini pemilik masih memberikan harga pada setiap barang secara manual dengan mengingatnya. Hal ini beresiko tinggi dimana terjadi kesalahan harga yang diberikan kepada konsumen sehingga adanya mesin kasir dapat mempermudah pemilik. Selain itu, adanya teknologi juga dapat membantu pemilik dalam mengontrol banyaknya persediaan di gudang sehingga stok barang selalu tercukupi untuk memenuhi permintaan masyarakat.

3. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia

Untuk melakukan strategi penetrasi pasar, sumber daya manusia yang handal juga sangat diperlukan terutama dalam bagian pemasaran karena mereka bertujuan untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya terhadap penjualan produk. Selain itu, sumber daya manusia dalam bagian keuangan juga penting agar toko Makmur dapat mengetahui biaya yang dikeluarkan dan juga total omzet yang didapatkan sehingga dapat memiliki target penjualan yang lebih tinggi lagi.

4. Meningkatkan kualitas pelayanan

Meningkatkan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara mempercepat aktivitas bisnis, menjaga kebersihan toko, dan juga lebih konsisten dalam memberikan jam tutup toko. Aktivitas bisnis akan semakin cepat apabila dibantu dengan teknologi seperti mesin kasir dan juga komputer yang digunakan untuk mencatat persediaan barang. Selain itu, menambah karyawan juga dapat menjadi opsi lainnya ketika karyawan saat ini sudah mulai kewalahan terhadap permintaan produk para pelanggan.

5. Mengakuisisi Pesaing

Untuk mengaplikasikan strategi integrasi horizontal, toko Makmur dapat melakukan akuisisi terhadap pesaingnya sehingga toko Makmur mendapatkan pangsa pasar yang baru. Contohnya toko

Makmur mengakuisisi toko obat Rejeki yang menjual obat-obatan dengan resep dokter. Akuisisi tentunya membutuhkan modal yang cukup besar dan kondisi keuangan toko Makmur tentunya tidak boleh terganggu dengan adanya akuisisi tersebut.

6. Mengikuti tren pasar

Sebagai *market leader* di kota Garut, toko Makmur tetap harus mengikuti tren pasar dengan melihat produk yang sedang banyak diminati oleh masyarakat. Apabila permintaan meningkat, toko Makmur dapat mengambil peluang tersebut untuk meningkatkan omzet penjualan.

Daftar Pustaka

- Courtney, Roger. 2002. *Strategic Management for Voluntary Nonprofit Organizations*. New York: Routledge.
- F. Glueck, William & R. Jauch, Lawrence. 1990. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Hery. 2016. *Design The Business Plan For Start-Up Entrepreneur Mendesain Model Bisnis yang Kompetitif dan Menyusun Rencana Strategis yang Solid*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hubeis, Musa dan Mukhamad Najib. 2014. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Hutabarat, Jemsly dan Martani Huseini. 2006. *Proses, Formasi, dan Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Muhyi, Herwan Abdul, Zaenal Mutaqqin, dan Healthy Nilmalasari. 2016. *HR Plan & Strategy Strategi Jitu Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Purnawanto, Budy. 2010. *Manajemen SDM Berbasis Proses: Pola Pikir Baru Mengeloa SDM pada Era Knowledge Economy*. Jakarta: Grasindo.
- R. Semiawan, Conny. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.

Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.

Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Taufiqurokhman. 2016. Manajemen Strategik. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan

Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.

Umar, Husein. 2001. Strategic Management in Action. Jakarta : PT Gramedia

Pustaka Utama.

Umar, Husein. 2005. Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi. Jakarta: PT

Gramedia Pusaka Utama.

Yunus, Eddy. 2016. Manajemen Strategis. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

Website

Badan Pusat Statistik. 2017. “Angka Harapan Hidup per Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, 2004-

2013”, <https://jabar.bps.go.id/statictable/2017/03/10/181/angka-harapan-hidup-per-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-barat-1-2004-2013.html>

(Jumat, 20 April 2017)

Etha Ramaida Manalu, Juli, 2017, “Perbedaan Toko Obat dan Apotek. Ini Yang Bisa Dibeli Dari Keduanya”,

<http://lifestyle.bisnis.com/read/20170920/106/691690/perbedaan-toko-obat-dan-apotek.-ini-yang-bisa-dibeli-dari-keduanya> (Jumat, 20 April

2018)

Farmalkes Kementerian Kesehatan RI. 2018. “Grafik Rekapitulasi Industri Farmasi di Indonesia”, <http://farmalkes.kemkes.go.id/2013/02/grafik-rekapitulasi-industri-farmasi/#.W1TXzdIzbiU> (Kamis, 10 Mei 2018)

M Dahwilani, Dani, 2017, “Peluang dan Tantangan Industri Farmasi di Indonesia 2017”, <https://ekbis.sindonews.com/read/1190701/34/peluang-dan-tantangan-industri-farmasi-di-indonesia-2017-1490187954> (Selasa, 12 September 2017)

Medistiara, Yulida, detikFinance, 2016, “Baru Ada 214 Industri Farmasi di Indonesia, Kemenkes: Harusnya Ribuan”, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3336321/baru-ada-214-industri-farmasi-di-indonesia-kemenkes-harusnya-ribuan> (Selasa, 12 September 2017)

Prihedyo, Endo, 2016, “Survei: Masyarakat Indonesia Mulai Sadar Makanan Sehat”, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160909050532-255->

157172/survei-masyarakat-indonesia-mulai-sadar-makanan-sehat (Jumat
20 April 2018)

Rantelino, Heriyanto, 2015, “Analisis SWOT, Analisis Jitu Bagi Para Pelaku
Bisnis”, https://www.kompasiana.com/heriyanto_rantelino/analisis-swot-analisis-jitu-bagi-para-pelaku-bisnis_54f346e17455137e2b6c6f20 (Kamis,
10 Mei 2018)

Riezky Yovanda, Yanuar, 2017, “Industri Farmasi Kuasai 70% Pasar Domestik”,
<https://ekbis.sindonews.com/read/1236573/34/industri-farmasi-kuasai-70-pasar-domestik-1504526467> (Selasa, 12 September 2017)