

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap produk *LMPV (Low Multi Purpose Vehicle)* terbaru Mitsubishi yaitu Xpander, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap produk *LMPV (Low Multi Purpose Vehicle)* terbaru Mitsubishi yaitu Xpander, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal pada Mitsubishi Motors Indonesia melalui analisis *PEST* dan *Porter's Five Force Model*. Pihak Mitsubishi Motors Indonesia nyatanya mampu untuk beradaptasi dan memanfaatkan kondisi lingkungan eksternal untuk melaksanakan prospek bisnisnya sehingga cukup sukses yang akhirnya dapat mencunculkan dukungan dan reaksi dari berbagai pihak terkait. Pihak Mitsubishi Motors Indonesia telah membangun pabrik baru yang akan digunakan untuk memproduksi Xpander, juga untuk memproduksi serta memenuhi kebutuhan kendaraan domestik dan internasional sehingga mendapat dukungan oleh pihak pemerintah yang akhir – akhir ini sedang menggalakan pembangunan dan perekenomian negara. Reputasi kendaraan Mitsubishi di mata masyarakat Indonesia sudah terkenal dengan mesinnya yang tangguh dibekali dengan fitur

teknologi kekinian sebagai standar kendaraan modern, namun persaingan ternyata cukup ketat karena para produsen pesaing bereaksi cukup cepat atas suksesnya prospek bisnis yang dilakukan oleh Mitsubishi Motors Indonesia dengan mempersiapkan produk kendaraan terbarunya.

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal pada Mitsubishi Motors Indonesia, bahwa pihaknya telah mempersiapkan diri dengan memiliki kompetensi dan sumber daya yang mumpuni serta unggul untuk menghadapi persaingan pasar kendaraan *LMPV* di Indonesia yang cenderung ketat. Kompetensi yang dimiliki oleh pihak Mitsubishi Motors Indonesia yaitu produk – produknya yang memiliki ciri khas Mitsubishi dengan desain yang eksklusif, dibenamkan fitur yang canggih, kualitas produk yang baik, terutama dari segi mesin yang terkenal canggih, daya tahan kuat dan memiliki tenaga besar namun irit bahan bakar, dimana hal ini cukup sulit diterapkan oleh produsen pesaing. Selain itu dari sumber daya yang akan diperlukan dan digunakan oleh pihak Mitsubishi Motors Indonesia telah dipersiapkan dengan baik melalui riset dan testing yang ketat sebelum berlanjut ke pada proses produksi, hal ini dimaksudkan untuk menjaga serta mencapai kualitas standar global Mitsubishi.

Kendaraan kelas *LMPV* cukup digandrungi oleh mayoritas masyarakat Indonesia karena fungsionalitasnya dan harganya yang cukup terjangkau sehingga cukup berpotensi untuk bisnis, namun akhir – akhir ini para konsumen semakin kritis akan kualitas, fitur dan harga sehingga membuat kondisi persaingan di menjadi semakin ketat, pada tahun 2017 lalu beberapa produk *LMPV* mengalami

penurunan penjualan dan pangsa pasar hal ini disebabkan oleh minimnya inovasi dan kejenuhan para konsumen sendiri, maka munculnya Xpander dengan segala Inovasi yang sesuai dengan tren selera konsumen dapat menggebrak pasar *LMPV* yang penjualan dan pangsa pasarnya semakin meningkat.

Berdasarkan hasil analisis SWOT strategi yang disarankan oleh MMKSI berada pada kuadran 1, yaitu :

- Integrasi Horizontal.
- Penetrasi Pasar.
- Pengembangan Pasar.
- Pengembangan Produk.

Faktanya Mitsubishi telah bergabung dengan aliansi Renault – Nissan untuk memenuhi strategi kuadran 1 yang tujuan utamanya untuk meningkatkan prospek bisnis yang semakin ketat dengan terus menciptakan produk yang inovatif dan eksklusif dibandingkan dengan produk lain

2. Strategi Inovasi yang dilakukan oleh pihak Mitsubishi Motors Indonesia terhadap produk *LMPV* terbarunya yaitu Xpander telah melalui proses riset dan testing yang membutuhkan waktu cukup panjang, namun hal tersebut dilakukan agar Xpander menjadi produk yang siap produksi massal dan digunakan oleh konsumen tanpa permasalahan yang krusial. Inovasi yang diterapkan pada Xpander berfokus kepada inovasi berbasis desain memberikan inovasi terhadap desain tertentu pada suatu produk baik berupa bentuk, rancangan, konsep dan lain –lain yang cenderung inovatif serta eksklusif atau jarang ditemui pada kendaraan

kelas *LMPV*, selain itu fitur dan kenyamanan pun terasa lebih baik dibandingkan dengan kendaraan sekelasnya.

Kinerja Inovasi produk yang dilakukan oleh pihak Mitsubishi Motors Indonesia pada Mitsubishi Xpander yang bermain di pasar kendaraan kelas *LMPV* cukup berhasil dengan angka penjualan dan pangsa pasar yang terus meningkat. Beberapa daya tarik Xpander terhadap pasar *LMPV* sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasarnya yaitu pada desain yang unik, mesin yang irit namun bertenaga, bandrol harga yang setara dengan para pesaingnya, fitur yang canggih dan kenyamanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya, selain itu beberapa parts juga mudah untuk di modifikasi.

6.2 Saran

Berikut adalah saran – saran yang dapat dikemukakan oleh penulis berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah diperoleh dan diharapkan saran – saran ini dapat membantu pihak perusahaan untuk menjadi bahan pertimbangan kedepannya.

1. Nama Mitsubishi Xpander sedang mengalami naik daun dan besar kemungkinan akan melekat di benak masyarakat seperti Toyota Kijang dan Isuzu Panther yang cukup berjaya di jamannya. Ada baiknya apabila MMKSI melakukan perbaikan produk dan memperketat *quality check* terkait beberapa kelemahan dan cacat produk yang terjadi serta dirasakan oleh beberapa

konsumen, dengan begitu kualitas produk akan tetap terjaga dengan baik pada masa produksi selanjutnya.

2. Desain dan fitur Mitsubishi Xpander merupakan yang inovatif serta paling lengkap dikelasnya sehingga dapat menggebrak pasar dan dapat dijuluki sebagai *LMPV* yang paling inovatif, namun ada baiknya apabila terdapat *facelift* atau perubahan desain kecil dengan penambahan fitur pada Xpander dalam beberapa tahun kedepan.
3. Akhir – akhir ini konsumen menjadi semakin kritis ditambah bantuan media sosial membuat beberapa persoalan khususnya persoalan yang cukup krusial menjadi terkenal atau viral di media masa. Maka ada baiknya apabila MMKSI tetap memperhatikan keinginan dan komplain konsumen yang nantinya menjadi sumber informasi kekurangan dari perusahaan dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk merevisi atau mengevaluasi perusahaan.
4. Para pesaing tentu tidak akan tinggal diam, mereka akan mempersiapkan berbagai cara agar pangsa pasarnya tidak direbut habis oleh Mitsubishi Xpander. maka ada baiknya MMKSI untuk terus memantau pergerakan strategi yang dilakukan pesaing yang nantinya menjadi bahan pertimbangan untuk merevisi atau menciptakan strategi baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., McLoughlin, D. (2010). *Strategic Market Management – Global Perspectives*. West Sussex. John Wiley & Sons Ltd.
- Bhaiksar, Iqbal. 2018. Wawancara personal terkait Mitsubishi Motors Indonesia dan Mitsubishi Xpander.
- Crawford & Benedetto, 2000. *New Products Management*. New York. Irwin/McGraw-Hill.
- Cooper dan Kleinschmidt. 2000. *New product performance: what distinguishes the star products*. Australian Journal of Management, Vol.25 No.1.
- Daft, Richard L. 2010. *Era Baru Manajemen*. Jakarta. Salemba Empat
- Fahmi. Irham. 2014 *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung. Alfabeta.
- Gatignon, H. & Xuereb, J. 1997. *Strategic Orientation of the Firm and New Product Performance*. Journal of Marketing Research. Vol.34 No.1.
- Grant, Robert.M, 2005. *Contemporary Strategy Analysis*. New Jersey. Blackwell.
- Hubeis dan Najib. 2014. *Manajemen strategik dalam pengembangan daya saing organisasi*. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Hurley, R. & Hult, G. T. 1998. *Innovation, Market Orientation and Organizational Learning : An Integration and Empirical Exemination*. Journal of Marketing, Vol.62 No.3.

Kotler & Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

Kristanto. 2012. *Penentuan proporsi standarisasi-adaptasi pada strategi AdaptStand*. Bekasi. IBII

Li, T & Calantone, R. J. 1998. *The Impact of Market Knowledge Competence on New Product Advantage: Conceptualization and Empirical Examination*. Journal of Marketing. Vol.62 No.4.

Manesh. 2014. *The Industrial Environment Analysis*. Tamil Nadu. Meenakshi Chandrasekaran College India.

Martensen, A. & Dahlgaard, J. 1999. *Strategy and planning for innovation management – a business excellence approach*. International Journal of Quality & Reliability Management. Vol.16 No.8.

Mintzberg, Henry, Simon dan Schuster. 1994. *The Rise and Fall of Strategic Planning*. New York: Free Press.

Nilasari, Senja. 2014. *Manajemen strategi*. Jakarta. Dunia Cerdas.

Nisak. 2014. *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif*. Lamongan. Penerbitan Jurnal UNISLA.

Porter, Michael. 1996. *"What is Strategy?"*, *Harvard Business Review*. Cambridge: Harvard College.

- Porter, M.E. 1980, *Competitive Strategy*, New York, Free Press.
- Rangkuti, Freddy. 2004. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta. PT. Gramedia.
- Saputri, Sasongko, dan Julianto. 2015. *Inovasi Produk Pada Roti Ceria*. Jember. Bagian Penerbitan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNEJ.
- Sparks. 2012. *Market Potential and Sales Forecasting*. Ohio. University Of Dayton.
- Taufiqurokhman. 2016. *Manajemen Strategik*. Jakarta. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*, edisi 11. Yogyakarta: Andi.
- Yulianti. 2014. *Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal Dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan*. Lampung. Penerbitan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Website

Autonetmagz, Youtube, 2017 “*Mitsubishi Xpander Review & Test Drive by AutonetMagz*”, <https://www.youtube.com/watch?v=QtuLqiKDA4> (Minggu, 22 Oktober 2017).

Apriliananda, Donny, Kompas, 2017, “*Dua Minggu, Pesanan Xpander Sudah 11.000-an Unit*”, <http://otomotif.kompas.com/read/2017/08/26/070200515/dua-minggu-pesanan-xpander-sudah-11.000-an-unit> (Sabtu, 26 Agustus 2017).

Carmudi, Youtube, 2017, “*REVIEW Mitsubishi Xpander 2017 Indonesia: Benarkah Ini Si “PERFECT”? (PART 1: Eksterior, Interior)*”, https://www.youtube.com/watch?v=ss_TcoOEwOk (Minggu, 5 November 2017).

Carmudi, Youtube, 2017, “*REVIEW Mitsubishi Xpander 2017 Indonesia: Low MPV Paling Nyaman? (PART 2: Fitur, Mesin, Kenyamanan)*”, <https://www.youtube.com/watch?v=zpwiACmJTAY> (Selasa, 7 November 2017).

Caturini, Rizki, Kontan, 2017, “*Mitsubishi Xpander telah terpesan 11.000 unit*”, <https://industri.kontan.co.id/news/mitsubishi-xpander-telah-terpesan-11000-unit> (Jumat, 25 Agustus 2017).

Hanif, Ridwan, Autonetmagz, 2017, “*Test Drive Mitsubishi Xpander : Yakin Terbaik Diklasnya ?*”, <https://autonetmagz.com/test-drive-mitsubishi-xpander-yakin-terbaik-dikelasnya/61906/> (Jumat, 20 Oktober 2017).

Motomobi, Youtube, 2017 “*Idle up Mitsubishi Xpander bermasalah?*”, <https://www.youtube.com/watch?v=AVtb74dyrD0> (Senin, 27 Desember 2017).

Madcat015, SerayaMotor, 2014, “*SM Special: Liga LMPV* “, <https://www.serayamotor.com/diskusi/viewtopic.php?t=21380> (Minggu, 31 Agustus 2014).

Nayazri, Ghulam Muhammad, Kompas, 2017, “*Presiden Jokowi Resmikan Pabrik Baru Mitsubishi*”, <https://otomotif.kompas.com/read/2017/04/25/122305715/presiden.jokowi.resmikan.pabrik.baru.mitsubishi> (Rabu, 26 April 2017).

OtoDriver, Youtube, 2017, “*Mitsubishi Xpander 2017 Review Indonesia / OtoDriver | Supported by Solar Gard*”, https://www.youtube.com/watch?v=_KSyUFPxWwM (Minggu, 15 Oktober 2017).

Rayhand, Purnama, CNN Indonesia, 2018, “*Konsumen Keluhkan 'Pletak-pletak' Mesin Mitsubishi Xpander*”, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180130143829-384-272622/konsumen-keluhkan-pletak-pletak-mesin-mitsubishi-xpander> (Selasa, 30 Januari 2018).

Santen, Budi, Mobilinews, 2017, “*Siap Besarkan Industri Otomotif Nasional, GIIAS 2017 Resmi Dibuka Menperin Airlangga Hartarto*”,
<http://www.mobilinews.com/artikel/12740/Siap-Besarkan-Industri-Otomotif-Nasional-GIIAS-2017-Resmi-Dibuka-Menperin-Airlangga-Hartarto/> (Kamis, 10 Agustus 2017).

Saragih, Febri Ardani, Kompas, 2018, “*Pemiliki Honda Civic Turbo Gugat Honda Indonesia Rp 1 Miliar*”,
<https://otomotif.kompas.com/read/2018/02/02/104036315/pemilik-civic-turbo-gugat-honda-indonesia-rp-1-miliar> (Jumat, 2 Februari 2018).

Uly, Yohana Artha, Okezone Finance, 2018, “*Daya Beli Pengaruhi Penjualan Mobil di Indonesia Selama 2017, Ini Faktanya*”,
<https://economy.okezone.com/read/2018/01/16/320/1845903/daya-beli-pengaruhi-penjualan-mobil-di-indonesia-selama-2017-ini-faktanya>
 (Selasa, 16 Januari 2018).