

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Melalui latar belakang masalah yang dimiliki PT. Mitra Abadi Barokah, penulis melakukan analisis pada PT. Mitra Abadi Barokah berdasarkan teori dan metode penelitian. Kemudian, penulis memperoleh hasil penelitian terhadap PT. Mitra Abadi Barokah, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

##### **1. Kondisi Internal dan Eksternal PT. Mitra Abadi Barokah saat ini**

Melalui penghitungan Matriks EFAS yang menunjukkan hasil skor 2,60 dan hasil skor Matriks IFAS yaitu 2,65 penulis menyimpulkan bahwa kemampuan dan sumber daya yang dimiliki oleh PT. Mitra Abadi Barokah dalam menghadapi peluang dan ancaman terbilang cukup baik. Serta kemampuan PT. Mitra Abadi Barokah untuk menutupi kelemahan yang dimiliki perusahaan dengan kekuatan yang juga dimiliki perusahaan, terbilang cukup baik. Kedua skor yang didapatkan tersebut bertemu pada sel ke 5 dalam Matriks Internal Eksternal yang merupakan strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*) yang berkonsentrasi melalui Integrasi Horizontal. Hal ini menjelaskan bahwa strateginya bertujuan untuk memiliki kendali terhadap perusahaan pesaing, salah satu contohnya yaitu dengan melakukan akuisisi terhadap perusahaan lain dan berusaha untuk memonopoli pasar. Dalam kondisi saat ini, PT. Mitra Abadi Barokah masih dalam posisi yang tertinggal dari

pesaing utamanya yaitu PT. Karya Putra Sangkuriang, tetapi tentu hal ini dapat dirubah jika perusahaan tetap konsisten dan mencoba untuk mengembangkan bisnis perusahaan. Disisi lain, PT. Mitra Abadi Barokah harus mampu mempertahankan hubungan baik dengan konsumennya, mengaplikasikan teknologi-teknologi yang dapat membantu perusahaan, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia perusahaan, sehingga kualitas produk PT. Mitra Abadi Barokah dapat meningkat dan tingkat kepuasan konsumen menjadi lebih tinggi.

## **2. Kekuatan dan Kelemahan PT. Mitra Abadi Barokah**

- Kekuatan yang dimiliki oleh PT. Mitra Abadi Barokah yaitu dapat memproduksi *rubber seal* dalam kapasitas banyak, proses produksi dari *rubber seal* yang independen tanpa harus menunggu bahan baku pendukung (*rubber compound*). Disisi lain PT. Mitra Abadi Barokah mempunyai hubungan yang baik dengan para pelanggan dan distributornya, diimbangi dengan akses distribusi yang baik karena lokasi kantor dan pabrik strategis dengan lokasi-lokasi yang berikaitan dengan industri ini. Dan yang terakhir, PT. Mitra Abadi Barokah mempunyai lahan kosong di pabriknya yang dapat dimaksimalkan untuk keperluan-keperluan bisnis mereka.
- Kelemahan yang dimilikinya adalah minimnya penggunaan teknologi pada proses bisnisnya, lalu sistem manajerial yang tidak profesional karena adanya hubungan darah di keorganisasiannya, lalu minimnya tenaga ahli di bagian-bagian penting perusahaan. Lalu, PT. Mitra Abadi Barokah juga mempunyai kelemahan dalam proses rekrutmen dan seleksi karyawan yang sederhana, dan masih kurang gencar memasarkan produknya melalui media

online. Kelemahan ini belum berpengaruh besar untuk kondisi PT. Mitra Abadi Barokah saat ini perusahaan tapi harus tetap waspada.

### **3. Peluang dan Ancaman PT. Mitra Abadi Barokah**

- Peluang yang dimiliki oleh PT. Mitra Abadi Barokah saat ini adalah peningkatan penggunaan gas LPG setiap tahun yang dapat menjadi target perusahaan untuk dapat melakukan ekspansi, lalu meningkatnya kebutuhan konsumsi *rubber seal*, dan bertambahnya jumlah penduduk tiap tahun yang berada di Indonesia. Lalu peluang lainnya yaitu, tingkat persaingan yang rendah di industri sehingga kans untuk menjadi pemimpin pasar besar, peluang terakhir yaitu perusahaan menjadi distributor *rubber seal* utama dan terbesar untuk Pertamina. Peluang-peluang tersebut tentu 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 keadaan ekonomi negara dan ekonomi global yang tidak pasti, ketidakpastian kebijakan yang dibuat pemerintah setiap periodenya, lalu ketidakpastian distributor yang sampai saat ini belum mau menandatangani kerjasama diatas kontrak. Disisi lain, ancaman persaingan tidak sehat dengan perusahaan-perusahaan lain juga harus diantisipasi dan terakhir, ancaman dari produk substitusi yaitu kompor listrik. Kondisi perusahaan yang baik saat ini tidak akan menjamin apapun di masa depan, maka dari itu PT. Mitra Abadi Barokah harus tetap waspada dari ancaman-ancaman yang ada.

#### **4. Rekomendasi strategis untuk PT. Mitra Abadi Barokah**

Setelah melakukan analisis melalui Matriks Internal Eksternal maka diketahui perusahaan sedang berada dalam daerah *Growth Strategy* atau Strategi Pertumbuhan. Melalui strategi pertumbuhan tersebut PT. Mitra Abadi Barokah memiliki strategi yang sesuai dengan kondisi dan sumber daya perusahaan dan sudah ditelusuri melalui analisis QSPM. Strategi tersebut adalah:

- Strategi Pengembangan Pasar

Berdasarkan analisis QSPM, strategi ini mendapatkan hasil tertinggi, dan dengan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan merupakan strategi yang paling cocok untuk diaplikasikan oleh PT. Mitra Abadi Barokah. Maka strategi terbaik bagi PT. Mitra Abadi Barokah yaitu pengembangan pasar melalui strategi nilai terbaik (*best-value*) yang menawarkan produk atau jasa kepada konsumen dengan nilai harga terbaik yang tersedia di pasar dan menawarkannya kepada calon-calon pelanggan di segmen yang baru dan berada di daerah geografi baru yang sebelumnya belum terjangkau oleh PT. Mitra Abadi Barokah. Disisi lain membuka saluran distribusi yang baru, dan menggunakan tim *marketing* ahli serta *online marketing* untuk meraih pasar baru juga disarankan untuk mengimbangi strateginya agar dapat berjalan dengan baik.

## 6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, berikut adalah saran-saran yang didasarkan dari analisis yang telah dilakukan dan diharapkan kedepannya dapat membantu pihak PT. Mitra Abadi Barokah:

1. Dengan tujuan untuk mempermudah kerja para pegawainya, PT.Mitra Abadi Barokah sebaiknya menyediakan dan memaksimalkan teknologi untuk membantu bagian perusahaan yang membutuhkan. Dan tentunya memberikan pelatihan yang baik agar penggunaan dari teknologi tersebut maksimal.
2. Mencari tenaga kerja ahli di tiap bidang dalam perusahaan kemudian mengkolaborasikan mereka dengan manajer yang sudah ada untuk beberapa waktu, hal ini bertujuan untuk tetap memberikan pembelajaran dan pengalaman dari para ahli untuk manajer-manajer lama dari PT. Mitra Abadi Barokah.
3. Menyediakan website khusus perusahaan untuk mempermudah pengedukasian produk dan pemasaran produk. Terkait hal ini, disarankan perusahaan dibuat dan didesain sedemikian rupa menggunakan *freelance designer* hingga menjadi lebih modern dan mudah dimengerti. Setelah itu, proposal ini dikirimkan ke berbagai media sponsor, klien dan perusahaan lainnya.

4. PT. Mitra Abadi Barokah disarankan untuk mengimpelemntasikan hasil strategi dari analisis QSPM, yaitu strategi pengembangan pasar. Dengan harapan, PT. Mitra Abadi Barokah dapat memiliki pasar baru dan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar dari sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrillita, N. 2013. Ejournal FISIP Universitas Mulawarman. 56-70.
- Craig & Grant. 1996. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- David, F. R. 2006. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dirgantoro. 2002. *Keunggulan Bersaing Melalui Proses Bisnis*. PT. Grasindo. Jakarta.
- Ellitan, L. 2002. Praktik-Praktik Pengelolaan Sumber Daya Manusia dan Keunggulan. Kompetitif Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 4, No. 2*, 65-76.
- Jauch, Lawrence R, dan Glueck, William F. 1999. *Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Jakarta: Prenballindo.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Michael E. Porter. 1990. *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Nazir, M. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods*. USA: Sage Publication Inc.
- Pearce, John A dan Robinson, Richard B. 1997. *Manajemen Strategik : Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Porter, M. E. 2007. *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga

- Prakosa, B. 2010. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing. Studi Empiris Pada Industri Manufaktur.*
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta: PT GramediaPustaka Utama.
- Siagian, Sondang P. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: Bumi Aksara
- Silalahi, U. 2006. *Metode Penelitian Sosial.* Bandung: UNPAR Press.
- Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).* Bandung: Alfabeta.
- Warren J. Keegan & Mark C. Green. 2008. *Global Marketing.*
- Wijaya, H. 2016. Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning pada Perusahaan. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship Vol. 01, No. 03.*