

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Strategi yang digunakan oleh perusahaan adalah strategi diferensiasi, strategi ini mendorong perusahaan menemukan keunikannya sendiri dalam pasar yang menjadi sasarannya. Dalam hal ini perusahaan memperbolehkan pembeli untuk memesan ukuran kayu gergajian yang jarang bahkan tidak ada di pasaran namun harus membeli dengan jumlah kuota pembelian yang ditetapkan sehingga bahan baku dapat digunakan secara maksimal.
2. Perusahaan melakukan strategi pengembangan dengan menggunakan strategi intensif. Strategi pengembangan intensif ini menunjukkan perusahaan melakukan penambahan unit baru dengan lokasi yang berbeda, penambahan truk pengiriman serta pembuatan jalan pribadi bagi perusahaan sebagai pendukung strategi pengembangan tersebut. Penerapan strategi intensif ini dijalankan karena perusahaan melakukan pengembangan dalam hal pengembangan pasar yaitu memperkenalkan produknya ke wilayah geografi baru dalam hal ini pasar internasional.
3. Strategi pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan sudah efektif. Berdasarkan laporan keuangan bagian penjualan dan pendapatan perusahaan selama lima tahun terakhir menunjukkan bahwa dengan menggunakan strategi diferensiasi sebagai salah satu yang menyebabkan

perusahaan sudah efektif karena berdasarkan data yang ada tingkat pendapatan dan penjualan yang terjadi relatif stabil walaupun ada di

beberapa tahun perusahaan mengalami penurunan namun penurunan yang terjadi tidak terlalu besar dan dapat ditutupi pada tahun berikutnya. Selain itu tingkat produksi perusahaan pun melampaui target perusahaan. target awal perusahaan adalah sebesar 8.000.000 m³ pertahun namun pada kenyataannya perusahaan mampu memproduksi sebanyak 10.000.000 m³ pertahunnya.

6.2 Saran

1. Teknologi merupakan salah satu sarana yang sangat membantu keberlangsungan perusahaan itu penulis menyarankan perusahaan untuk dapat menginvestasikan teknologi secara maksimal khususnya internet. Perusahaan dapat memasang tiang atau antena internet khusus perusahaan. Walaupun memakan biaya yang cukup besar namun manfaat yang diterima akan berlangsung hingga jangka panjang. Salah satu manfaatnya adalah bertambahnya armada truk maka dibutuhkan waktu yang cukup lama dalam pembuatan dokumen dengan adanya daya internet maka pembuatan dokumen dapat memakan waktu yang singkat.
2. Dikarenakan bahan baku yang mahal dan tidak mudah untuk ditemukan perusahaan seharusnya lebih bijak dalam pemanfaatan kayu sisa produksi, karena di lapangan ditemukan bahwa perusahaan lebih memilih menghancurkan sisa produksi tersebut seperti serbuk kayu dan produk cacat lainnya. Padahal sebenarnya sisa-sisa tersebut dapat dijual sehingga

membantu memaksimalkan pendapatan. Misalnya serbuk kayu-kayu dapat dijual ke pengrajin mebel dimana serbuk kayu bermanfaat sebagai bahan campuran pembuatan mebel.

3. Peningkatan harga bahan baku yang selalu bertambah setiap tahunnya membuat CV Generasi Mantikei harus selalu waspada karena hal ini berkaitan dengan harga produk yang dijual kepada pelanggan. Oleh karena itu perusahaan harus selalu memberikan pemberitahuan dan peringatan kepada para pelanggan dengan cara memberitahukan secara langsung diawal transaksi pembelian setiap pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahmat. (2003). *Pengertian Efektivitas*. Yogyakarta: Lumbung Pustaka.
- Dinas Kehutanan Nasional, (2017, 12 5). *Sistem Verifikasi Legalitas Kayu (SVLK) Indonesia*. Diambil kembali dari Dewan Kehutanan Nasional: <http://www.dkn.or.id>
- Fuad, M., & dkk. (2010). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Grant, R. M. (1999). *Analisis Strategi Kontemporer, Konsep, Teknik, Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayati, N. (2019, Maret 5). *Desain Rumah Jepang; Nyaman, Dinamis. dan Serba Minimalis*. Diambil kembali dari interiordesign.id: <https://interiordesign.id/rumah-jepang/>
- Istiqomah, & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Bisnis*, 366.
- Kehutanan, S. S. (2015). *Statistik Produksi Kehutanan*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Kurniawan, A. (2005). *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaharuan.
- Lasher, R. W. (2005). *Process to Profits: Strategic Planning for a Growing Business*. Crawfordsville: Thomson. Ohmae, K. (2002). An Intergration Of Marketing Strategy. *Journal Of Marketing*, 6.
- Mahmudi. (2005). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Ohmae, K. (2002). An Intergration Of Marketing Strategy. *Journal Of Marketing*, 6.
- Porter, M. E. (1995). *Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Santono, H. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Tempo.co. (2018, Februari 2). *Nawacita di Konfigurasi Bisnis Baru Kehutanan*. Retrieved from [nasional.tempo.co: https://nasional.tempo.co/read/1056577/nawacita-di-konfigurasi-bisnis-baru-kehutanan/full&view=ok](https://nasional.tempo.co/read/1056577/nawacita-di-konfigurasi-bisnis-baru-kehutanan/full&view=ok)

Thompson, Strickland, & Gamble. (2010). *Strategy Core Concepts Analytical Tools Readings*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Umar, H. (2008). *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wheelen, T. L., & Hunger, D. J. (2010). *Strategic Management and Business Policy*. New Jersey: Prentice Hall.