

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan penulis, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang telah diterapkan dari mulai berdirinya PT Trimitra Aulia Siliwangi selama kurang lebih 4 tahun berjalan, yaitu strategi *Focus – Best Value Focus*, strategi ini diterapkan karena perusahaan memilih memusatkan pembeli pada kelompok pelanggan tertentu dengan menawarkan harga terbaik di pasaran. Kelompok pelanggan tertentu dipilih karena perusahaan bergerak di bidang penyediaan jasa pengolahan dan produksi aspal sehingga tidak seluruh kalangan membutuhkan produk serta jasa tersebut. Perusahaan memusatkan penawaran pada kelompok yang mengerjakan infrastruktur yang membutuhkan produk aspal *hotmix*.
2. Berdasarkan hasil dari tabel 5.1 , faktor kunci kesuksesan untuk PT Trimitra Aulia Siliwangi adalah Kualitas, diikuti dengan Kepercayaan Konsumen, Harga, dan Pemasaran. Faktor-faktor ini berkaitan satu sama lain, untuk industri aspal, kualitas merupakan kunci kesuksesan yang paling penting, karena produk yang dihasilkan akan langsung terasa kegunaan dan manfaatnya. Kualitas yang dihasilkan buruk maka akan berakibat buruk bagi perusahaan, perusahaan akan dinilai tidak profesional. Bila kualitas

yang dihasilkan baik dan terjamin, maka akan timbul kepercayaan dari konsumen. Kepercayaan dari konsumen akan naik apabila kualitas yang dihasilkan sesuai dengan harga yang ditawarkan. Pemasaran menjadi faktor kunci karena pemasaran dilakukan agar perusahaan selalu eksis dikalangan konsumen, dan menarik perhatian untuk konsumen baru. Apabila perusahaan tersebut namanya sudah dikenal dan mempunyai reputasi yang baik, maka pelanggan akan datang dan menggunakan jasa/produk dari perusahaan. Faktor lain yang menjadi kunci kesuksesan PT Trimitra Aulia Siliwangi adalah dipercaya oleh konsumen, memiliki relasi yang baik dengan berbagai pihak, koordinasi kerja antar staf sangat baik, dan perusahaan termotivasi untuk maju, berkembang, dan bertahan.

3. Berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah di analisis, penulis melakukan pengolahan data dari Matriks SWOT, Matriks IFAS-EFAS dan Matriks QSPM. Hasil dari analisis tersebut menjelaskan bahwa PT Trimitra Aulia Siliwangi berada dalam kuadran V yang ada dalam Matriks IFAS-EFAS yaitu *Hold and Maintain*. Posisi ini menunjukkan bahwa PT Trimitra Aulia Siliwangi dapat menggunakan strategi alternatif lain yaitu berupa penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Hasil dari Matriks QSPM yang telah di analisis menunjukkan bahwa PT Trimitra Aulia Siliwangi cocok untuk menggunakan atau mengaplikasikan strategi **Pengembangan Pasar** dibandingkan strategi pengembangan produk. Langkah ini dapat menjadi usaha yang paling tepat untuk dilakukan oleh PT Trimitra Aulia Siliwangi untuk mengembangkan dan memajukan

bisnisnya. Dalam strategi pengembangan pasar terdapat dua kegiatan yang dapat di jalankan yaitu *Opening a Branch Office* dan *Targeting a New Customer*. Strategi Pengembangan Pasar – *Opening a Branch Office* menyarankan PT Trimitra Aulia Siliwangi untuk membangun kantor atau tempat usahanya di wilayah baru. Strategi ini dapat dipilih untuk meningkatkan pangsa pasar baru dan memperkenalkan produk dan jasa perusahaan ke masyarakat luas. Dengan produksi jumlah aspal pertahunnya saat ini masih dapat mengcover kebutuhan aspal di wilayah lain yaitu Sumatera Selatan, Jambi, dan Kalimantan. Strategi Pengembangan Pasar – *Targeting a New Customer* menyarankan PT Trimitra Aulia Siliwangi untuk menargetkan pangsa pasar baru, bila sebelumnya pelanggan di dominasi oleh instansi pemerintah, menargetkan pelanggan diluar dominasi tersebut akan menguntungkan bagi perusahaan. Dengan lebih banyaknya instansi swasta, perorangan, dan juga pengembang properti dapat meningkatkan relasi dan juga pembelian terhadap produk dan jasa perusahaan. Dengan menambahkan target pelanggan baru, sekaligus dapat melakukan promosi dengan cara *mouth-to-mouth*. Merk perusahaan akan semakin dikenal dan menumbuhkan kepercayaan masyarakat. Berikutnya, strategi terbaik dari skor QSPM pada tabel 5.6 adalah strategi Pengembangan Produk. Dalam strategi ini terdapat dua kegiatan yang dapat di terapkan perusahaan yaitu *Range of Product* dan *Alternative Asphalt Product*. *Range of Product* menyarankan perusahaan untuk menambah jenis pengolahan yang diberikan pada produk yang di tawarkan, sedangkan *Alternative Asphalt*

Product menyarankan perusahaan untuk membuat bahan baku dalam pengolahan aspal dari bahan alternatif lain. Kendala dari strategi ini adalah belum umumnya proses pengolahan aspal selain *hotmix*, tenaga ahli yang melakukan pengolahan aspal alternatif, serta kendala dalam penelitian bahan alternatif agar bahan tersebut dapat digunakan secara komersil.

6.2. Saran

Strategi yang disarankan dari penulis untuk PT Trimitra Aulia Siliwangi merupakan strategi yang belum pernah dilakukan oleh perusahaan, namun penggunaannya akan efektif membantu bisnis PT Trimitra Aulia Siliwangi untuk memperluas pasar. Berikut beberapa tindakan yang mungkin dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menerapkan strategi ini :

1. Sebaiknya, merencanakan secara matang untuk pembukaan cabang di wilayah lain, dari sisi SDM, manajemen, keuangan dan lokasi yang akan dipilih sebagai tempat kantor. Dengan merencanakan secara matang, maka tidak akan hal-hal kecil yang terlewatkan yang menjadi faktor kelemahan dalam cabang tersebut. Lokasi yang dapat dipilih adalah Sumatera Selatan, Jambi, dan juga Kalimantan, kebutuhan aspal di wilayah tersebut masih bisa *tercover* oleh jumlah produksi aspal perusahaan pertahunnya.
2. Melakukan penargetan pelanggan baru, dilihat dari kebutuhan pelanggan serta manfaat dari produk dan jasa yang diberikan perusahaan, dalam mencari pelanggan yang potensial untuk melakukan penawaran yang kemungkinan besar akan mencapai kesepakatan kerjasama.
3. Mencari investor/tambahan modal dari pihak lain maupun tambahan modal dari para pemilik, digunakan untuk merealisasikan kantor cabang yang kualitasnya sama dengan kantor pusat, dan dapat mendirikan anak perusahaan yang menghasilkan produk alternatif dari aspal.

4. Melakukan kerjasama dengan pihak lain, guna melakukan kegiatan import bahan baku yang digunakan untuk kebutuhan proses produksi sebagai alternatif terlepasnya dari monopoli perusahaan.

Selain mengimplementasikan strategi diatas, PT Trimitra Aulia Siliwangi juga dapat melakukan strategi lain untuk bersaing dan tetap mempertahankan usahanya, yaitu dengan berusaha meningkatkan kualitas produk dan jasa yang diberikan kepada setiap pelanggan sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas/kepercayaan dari pelanggan kepada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Anoraga, P. (2011). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Badan Pusat Statistik. (2019, Juni 4). *Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis, 1949-2017*. Retrieved from bps.go.id: <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133>

Badan Pusat Statistik. (2019, Mei 6). *Ekonomi Indonesia Triwulan I 2019 Timbuh 5,07 Persen*. Retrieved from bps.go.id: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/05/06/1620/ekonomi-indonesia-triwulan-i-2019-tumbuh-5-07-persen.html>

Basuki, H. (2006). *Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Kemanusiaan dan Budaya*. Jakarta.

David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing, Edisi 15*. Jakarta: Salemba Empat.

Febriana, S. (2019, Februari 6). *Pendapatan per kapita RI naik jadi Rp. 56 juta pertahun*. Retrieved from finance.detik.com: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4415935/pendapatan-per-kapita-ri-naik-jadi-rp-56-juta-per-tahun>

- Freddy Jansen, L. E. (2012, Maret). Karang Gunung sebagai Agregat Alternatif pada Campuran Aspal Panas. *Jurnal Ilmiah Media Engineering*, 2, 11-25.
- Ikhwana, D. A. (2012). Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Sutra dengan Pendekatan Metode Balanced Scorecard. *Jurnal Kalibrasi*, 10, 1-12.
- M Fachri Nasution, A. S. (2015). Daspal (damar aspal) sebagai bahan alternatif perkerasan jalan pengganti aspal konvensional. *Seminar Nasional Teknik Sipil V Tahun 2015 - UMS*, 138-144.
- Maryam. (2018, 08 26). *28 Persen Jalan di Bandung Barat Rusak, Begini Data dari Dinas PUPR*. Retrieved from [jabar.pojoksatu.id: https://jabar.pojoksatu.id/bandung/2018/08/26/28-persen-jalan-di-bandung-barat-rusak-begini-data-dari-dinas-pupr/](https://jabar.pojoksatu.id/bandung/2018/08/26/28-persen-jalan-di-bandung-barat-rusak-begini-data-dari-dinas-pupr/)
- Mustamu, J. G. (2013). Perumusan Strategi Bersaing Perusahaan yang Bergerak dalam Industri Pelayaran. *AGORA*, 1, 1-12.
- Pandji Anoraga, S. M. (1996). *Pengantar Bisnis Modern Kajian Dasar Manajemen Perusahaan*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya.
- Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. (2012). Bandung: PSIAB UNPAR.
- Pertamina. (2019, Juni 9). *Pertamina Bitumen*. Retrieved from [pertamina.com: https://www.pertamina.com/id/pertamina-bitumen](https://www.pertamina.com/id/pertamina-bitumen)

- Porter, M. E. (2007). *Competitive Strategy*. (D. L. Saputra, Ed.) Tangerang: Karisma Publising Group.
- Pratistha, B. (2016). The Influence of Strategy Control, Strategy Orientation, and Business Environment on Competitive Strategy and its Effect to Business Performance. *Academy of Strategic Management Journal* , 15(3), 1-9.
- Purningsih, D. (2019, Juni 5). *Hari Lingkungan Hidup Sedunia, Melawan Ancaman Polusi Udara*. Retrieved from [greeners.co: https://www.greeners.co/berita/hari-lingkungan-hidup-sedunia-melawan-ancaman-polusi-udara/](https://www.greeners.co/berita/hari-lingkungan-hidup-sedunia-melawan-ancaman-polusi-udara/)
- Rangkuti, F. (1997). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sidi Bello Alkasim, H. H. (2018, January). The Mediating Effect of Competitive Strategy on the Relationship Between Market Development, Product Development and Performance of Manufacturing Based SMEs in Nigeria. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(2), 133-143.
- Siti Radarwati, M. S. (2010, November). Analisis Faktor Internal-Eksternal dan Status Keberlanjutan Pengelolaan Perikanan Tangkap di Teluk Jakarta. *Jurnal Teknologi Perikanan dan Kelautan* , 1, 1-13.
- Sumantoro, I. (2016, 06 10). *Perusahaan Aspal Buton Negara*. Retrieved from indonesiana.tempo.co:

https://indonesiana.tempo.co/read/77662/2016/06/10/indrato_sumantoro/p-erusahaan-aspal-buton-negara

Survei Litbang KORAN SINDO. (2018, Mei 4). *10 Problem Besar Lingkungan di Indonesia*. Retrieved Februari 2019, from Sindonews : nasional.sindonews.com

Susyeni Wanti, T. &. (2014, April). JOM Fekon. *Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dengan Pendekatan Analisis SWOT pada SPartan Gym Pekanbaru, 1*, 1-15.

Undang-undang Republik Indonesia No 3 Tahun 2014. (n.d.). Retrieved Februari 2019, from bdipadang.kemenpein.go.id

Usman, M. A. (2014, Desember). Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah pada Perusahaan Konveksi Scissors di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 173-197.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy Toward Global Sustainability*. New York: Pearson.

Wijaya, H. (2016, September). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning serta Strategi Harga pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship - AJIE*, 01, 175-190.

Zebua, C. (2015, 07 26). *Aspal Buton, Harta Karun Terpendam di Bumi Indonesia*. Retrieved from kompasiana.com:

<https://www.kompasiana.com/covezebua/55b496bf917a614f1d8ea6ce/asp>
al-buton-harta-karun-terpendam-di-bumi-indonesia