

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Setelah penulis menjabarkan dari mulai latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kajian pustakan, metode penelitian, subjek penelitian serta pembahasan, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi yang digunakan Toko Buku Gramedia sejauh ini berjalan dengan sangat baik. Dilihat dari beberapa aspek seperti peningkatan laba yang didapatkan Toko Buku Gramedia, peningkatan produktivitas dan efisiensi perusahaan, lalu daya saing yang memang lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya, dimana Toko Buku Gramedia mengikat konsumennya dengan menjadi member dan memberikan keuntungan disetiap pembelian. Lalu, perusahaan meningkatkan kompetensi perusahaan seperti penggunaan teknologi dan beragamnya produk yang disediakan oleh Toko Buku Gramedia menjadikannya toko buku yang lengkap, dan terakhir citra yang baik yang dilihat dari *feedback* para konsumen. Menjadikan Toko Buku Gramedia sebagai salah satu toko buku terpercaya di mata konsumen. Hal yang perlu diperhatikan Toko Buku Gramedia adalah bagaimana

perusahaan dapat mempertahankan dan menjalankan strategi yang sudah ada, tetapi dapat memperhatikan juga kondisi lingkungan industrinya agar tetap bisa menjaga keunggulan bersaing dengan toko buku lainnya.

2. Berdasarkan perhitungan SWOT, EFE, IFE dan IE Matrik diperoleh skor IFE 3,44 dan skor EFE 3,05. Pada Matriks IE perusahaan berada di zona tumbuh dan membangun yang menunjukkan bahwa dibutuhkan strategi yang gencar atau intensif.
3. Penulis mengusulkan Toko Buku Gramedia memakai menggunakan strategi integrasi vertikal, penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk sebagai strategi alternatifnya, karena Toko Buku Gramedia berada pada tahap pertumbuhan maka diperlukan strategi intensif untuk pengembangannya. Strategi-strategi diatas cocok untuk diterapkan Toko Buku Gramedia karena Toko Buku Gramedia akan mampu untuk meningkatkan penjualannya dan bersaing dengan para pesaing. Tindakan yang dapat dilakukan untuk memperluas pasarnya adalah membuka cabang baru di daerah yang masih sedikit memiliki toko buku atau bahkan tidak ada. Hal yang dapat dilakukan untuk pengembangan produk, Toko Buku Gramedia dapat menyediakan produk selain buku, yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. seperti halnya pernik-pernik, boneka, tas dan lain-lain.

## 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah di uraikan sebelumnya, berikut beberapa saran yang dapat penulis sampaikan untuk dijasikan pertimbangan dalam penerapan strategi perusahaan :

1. Untuk mengembangkan bisnisnya Toko Buku Gramedia lebih dahulu harus berfokus pada pengembangan pasar dan pengembangan produk.
2. Kelemahan yang dialami oleh Toko Buku Gramedia adalah regenerasi SDM yang cukup sering. Hal tersebut menyebabkan adanya kegiatan *training* dari awal yang secara terus menerus dilakukan perusahaan. Disarankan adanya perpanjangan kontrak untuk para pekerjanya sehingga perusahaan dapat mengurangi biaya *training* yang cukup sering.
3. Untuk mencari ide mengenai pengembangan produk perusahaan dapat memperhatikan trend yang sedang berlangsung. Selain itu perusahaan dapat melakukan *survey* kepada konsumen tentang barang apa yang sedang dibutuhkan.

## DAFTAR PUTAKA

Buku :

Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

David, F. R. (2011). *Strategic Management Concepts*. New Jersey: Prentice Hall.

Noor, H. F. (2007). *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Pearce II, J. A., & Robinson, Jr., R. B. (2013). *Strategic Management*. New York: McGraw-Hill.

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.

Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Thompson, Jr, A. A., & Strickland III, A. J. (1998). *Strategy Management Concept and Cases 8th ed*. Chicago: Irwin.

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

Siagian, Sondang P. (1995). *Manajemen Strategi*, Jakarta: Bumi Aksara

**Website :**

Ikatan Penerbit Indonesia : <http://ikapi.org/riset/>

PT Gramedia Asri Media : <http://gramedia.id/#home>

Kompas Gramedia, Retail and Publishing,  
<http://www.kompasgramedia.com/business/retail-publishing> diakses pada 15 April 2019

Jubaedah, R. S. (2018, Oktober 15). *Operation Director Gramedia : Pertumbuhan dan Penjualan Buku Naik 2 Digit pada Tahun Ini*. Dipetik Mei 28, 2019, dari Tribun Jabar.id: <https://jabar.tribunnews.com/2018/10/15/operation-director-gramedia-pertumbuhan-dan-penjualan-buku-naik-2-digit-pada-tahun-ini>

Kompas Gramedia, Retail and Publishing,  
<http://www.kompasgramedia.com/business/retail-publishing> diakses pada 15 April 2019

Pratiwi, G. (2014). *Transaksi Kompas Gramedia Value Card Capai Rp 126 Miliar.*, from SWA-Editor's Choice: (<https://swa.co.id/swa/headline/transaksi-kompas-gramedia-value-card-capai-rp-126-miliar>) diakses pada 28 Mei 2019

Top Brand Award <https://www.topbrand-award.com>

Top Brand Award (2019). Top Brand Index Teens Index 2019 :  
(<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>) diakses pada 28 Mei 2019

**Jurnal :**

Fitriandri, M., Sukaatmadja, I. P., & Ketut Giantari, I. A. (2015). Analisis Strategi Bisnis Pada Toko Buku Gramedia Duta Denpasar Plaza di Kota Denpasar. *E-Journal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.

Jessica, J., & Kempa, S. (2016). Analisis Strategi Bisnis Pada Click Fashion. *AGORA*, 4(2).