

BAB VI

Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan yang telah didapat dari hasil analisis yang dilakukan oleh penulis berdasarkan data-data yang didapatkan dari perusahaan, yakni PT Campina Ice Cream Industry. Serta mengenai saran dari penulis berdasarkan kesimpulan yang dijabarkan.

6.1 Kesimpulan

Berikut kesimpulan yang didapat oleh penulis berdasarkan poin-poin pertanyaan pada sub-bab identifikasi masalah, dijelaskan sebagai berikut:

1. Posisi Strategic PT Campina Ice Cream Industry

PT Campina Ice Cream Industry menempati posisi kedua sebagai *market challenger* dalam industri eskrim di Indonesia, tepat setelah perusahaan pesaingnya yakni *market leader* dalam industri eskrim. Dimana posisi tersebut didapatkan dari strategi yang dibuat dan dikembangkan oleh PT Campina Ice Cream Industry selama bertahun-tahun, yang sejalan dengan visi dan misi dan juga strategi yang telah digunakan oleh perusahaan.

2. Strategi yang Digunakan PT Campina Ice Cream Industry

Strategi yang digunakan oleh PT Campina Ice Cream Industry dapat disimpulkan menjadi 4, yaitu:

- *Renew Excitement with Visibility Improvement*
- *Deeper Engagement with Expanding Market Channels and Creating Events*
- *Better Enhancement*
- *More Expansion*

3. Efektivitas Strategi Menantang PT Campina Ice Cream Industry

Strategi menantang yang digunakan oleh PT Campina Ice Cream Industry adalah strategi Encirclement Attack dan Guerilla Attack, dimana menyerang pasar *market leader* dengan kerap membuat inovasi-inovasi produk baru yang disesuaikan dengan segmen pasar sendiri yang bertujuan untuk memperjuangkan dan menurunkan moral lawan yang akhirnya mengamankan posisi perusahaan tersebut. Strategi yang digunakan oleh PT Campina Ice Cream Industry merupakan strategi yang sudah efektif, yang dapat dilihat berdasarkan data *market share* PT Campina Ice Cream Industry yang meningkat dari 26,2% di tahun 2015 ke 26,9% di tahun 2016 dan juga *market share* dari *market leader* yang turun dari 58,2% di tahun 2015 menurun ke angka 58% di tahun 2016. Ini menunjukkan bahwa posisi PT Campina Ice Cream Industry yang berada dalam kuadran 2, yakni *grow and build* sebagai *market challenger* untuk menantang pesaingnya berhasil atau sudah efektif.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Sebagai *market challenger*, PT Campina Ice Cream Industry harus mempertahankan posisinya agar dapat terus meningkatkan kinerja strategi agar dapat merebut pangsa pasar *market leader* dari industri eskrim di Indonesia lebih banyak dan lebih baik lagi.
2. Dengan adanya strategi serta pembaharuan strategi di setiap tahunnya, PT Campina Ice Cream Industry harus terus melakukan pengembangan produk dan perusahaannya melalui inovasi-inovasi yang dapat berupa inovasi produk maupun *events* juga untuk melakukan lebih banyak ekspansi.
3. Berdasarkan hasil analisis mengenai strategi PT Campina Ice Cream Industry yang sudah efektif, menjadi sejalan dengan strategi yang telah digunakan, apabila PT Campina Ice Cream Industry terus melakukan pengembangan produk dan inovasi, serta memperbanyak jumlah gerai (ekspansi) maka PT Campina Ice Cream Industry sebagai *market challenger* dalam industri eskrim di Indonesia dapat meningkatkan *market share* dengan mengambil pangsa pasar *market leader* dan menjadi perusahaan eskrim nasional terbesar di Indonesia yang terus dikenal dan diminati oleh masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper , Donald R., and Pamela S. Schindler. *Business Research Methods*. 12. n.d.
- Frozen Yogi*. n.d. <http://myfrozenyogi.com/serupa-tapi-tak-sama-es-krim-gelato-dan-yogurt-beku/> (accessed August 6, 2019).
- "Analisis SWOT." n.d. <http://luk.staff.ugm.ac.id/phk/ContohSWOT.pdf> (accessed May 20, 2018).
- Baihaqi, Muhamad Bari . *Harian Ekonomi Neraca - Pasar Es Krim Nasional Tumbuh 16 % pertahun*. November 17, 2016. <http://www.neraca.co.id/article/77412/pasar-es-krim-nasional-tumbuh-16-pertahun-glico-wings-hadirkan-dengan-cita-rasa-terbaik> (accessed May 20, 2018).
- Blahová, Michaela, and Adriana Knápková. "Effective Strategic Action: From Formulation to Implementation." *2010 International Conference on Economics, Business and Management* (IAC S IT Press) 2 (2011): 61.
- Block, Martin P., and Tamara S. Block. (*Business to Business Marketing Research hal. 17*). n.d.
- Campina Ice Cream: Perusahaan Kami*. n.d. <http://www.campina.co.id/corporate/perusahaan-kami/> (accessed February 9, 2018).
- Campina. *PT Campina Ice Cream Industry*. n.d. <http://www.campina.co.id/corporate/perusahaan-kami/> (accessed September 15, 2017).
- In *Strategic Management*, by Fred R. David, 112. 2011.
- In *Strategic Management*, by Fred R. David, 154. 2011.

In *Strategic Management*, by Fred R. David. 2011.

"The Competitive Profile Matrix (CPM)." In *Strategic Management*, by Fred R. David, 113. 2011.

"Detik Food: Resto dan Cafe." *Detik Food*. September 12, 2012. <https://food.detik.com/resto-dan-kafe/d-2043877/sluuurp-manakah-froyo-yang-paling-dingin-lembut-dan-segar> (accessed August 6, 2019).

"Ekonomi : Bisnis Frozen Yogurt Tumbuh 15% Per Tahun." *Berita Satu*. May 18, 2017. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/431528/bisnis-frozen-yoghurt-tumbuh-15-per-tahun> (accessed August 6, 2019).

Ekonomi *Kompas* n.d. <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/12/19/115531126/campina-es-krim-harga-di-bawah-rp-5000-paling-diminati> (accessed January 22, 2018).

"etheses UIN." n.d. http://etheses.uin-malang.ac.id/2176/7/08410125_Bab_3.pdf (accessed May 19, 2018).

Faulkner, David, and Gerry Johnson. 1998.

"GE McKinsey Matrix: How To Apply it To Your Business." *Cleverism*. January 1, 2015. <https://www.cleverism.com/ge-mckinsey-matrix-how-to-apply-it-to-your-business/> (accessed August 6, 2019).

"Gelato Jogja." *Bon Voyage Jogja*. n.d. <https://bonvoyagejogja.com/gelato-jogja/> (accessed August 6, 2019).

Guru Pendidikan. n.d. <http://www.gurupendidikan.co.id/17-definisi-pengertian-manajemen-strategi-menurut-para-ahli/> (accessed May 19, 2018).

"The SWOT Analysis." In *Strategic Management*, by Moch. Khairuddin Hashim, 47. 2005.

Hashim, Mohd. Khairuddin. "Porter's Five Forces Model." In *Strategic Management*, by Mohd. Khairuddin Hashim, 49-51. 2005.

- Indonesia Investment*. January 22, 2018. <https://www.indonesia-investments.com/business/business-columns/indonesian-ice-cream-companies-in-focus-campina-ice-cream-industry/item8522?> (accessed March 17, 2018).
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited, 2012.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. "Marketing Management." In *Marketing Management*, by Philip Kotler and Kevin Lane Keller, 364-366. Pearson, 2016.
- Kotler, Phillip. In *Marketing Management : Planning, Implementing, and Controlling*, by Philip Kotler, 580. 2004.
- Kountur, Ronny. "Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis Edisi Revisi." In *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis Edisi Revisi*, by Ph.D. Ronny Kountur D.M.S., 7,16,19,178-179,182. n.d.
- Kraven, David W., and Nigel F. Piercy. *Strategic Marketing 10th ed*. Mc.Graw - Hill International Edition, 2013.
- Marketeers*. May 2015. <http://marketeers.com/lezatnya-potensi-pasar-es-krim-indonesia/> (accessed February 15, 2018).
- Nazir, Mohamad. *Metode Penelitian*. n.d.
- Pengertian Branding menurut Para Ahli, Fungsi, Tujuan, Unsur, Jenis Branding*. n.d. <http://www.spengetahuan.com/2017/08/pengertian-branding-menurut-para-ahli-fungsi-tujuan-unsur-jenis-branding.html> (accessed Oktober 10, 2017).
- Pengertian Strategi*. n.d. <http://www.pelajaran.co.id/2017/02/pengertian-strategi-menurut-pendapat-para-ahli-terlengkap.html> (accessed May 19, 2018).

- Pusat Tesis*. n.d. <http://pusattesis.com/pengertian-efektif-dan-efektivitas/> (accessed May 19, 2018).
- Putra, Yanuar Surya. "ANALISIS FAKTOR UNTUK MENGETAHUI EFEKTIVITAS STRATEGI ME TOO SEBAGAI STRATEGI BERSAING PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Produk SM Vit C 1000 PT. Sido Muncul)." n.d.
- Rangkuti, Freddy. "Matrix IE." In *Teknik Membedah Kasus Bisnis*, by Freddy Rangkuti, 95. 2013.
- "Read Change 4: Strategic positioning and strategic management." n.d. http://www.zenska-mreza.hr/prirucnik/en/en_read_change_4.htm (accessed December 13, 2017).
- "Repository IPB." n.d. <http://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/57420/6/BAB%20III%20Metode%20Penelitian.pdf> (accessed May 19, 2018).
- Sarjanaku* : *Pengertian Strategi Pemasaran*. n.d. <http://www.sarjanaku.com/2013/04/pengertian-strategi-pemasaran-definisi.html> (accessed May 19, 2018).
- Sedarmayanti. *Metodologi Penelitian*. Mandar Maju, 2002.
- Sejarah Perusahaan*. n.d. <http://icecreamstore.co.id/sejarah.html> (accessed February 7, 2018).
- Seputar Pengetahuan*. n.d. <http://www.spengetahuan.com/2018/03/pengertian-efektivitas-menurut-para-ahli-rumus-aspek-contoh.html> (accessed May 19, 2018).
- SLC Marketing*. n.d. <https://slcmarketinginc.com/kenali-kekuatan-pesaing-dengan-matrix-cpm/> (accessed May 19, 2018).

Soheel, Shanewaz Mahmood, Abu Moohammad Atiqur Rahman, and Md. Aftab Uddin. "Competitive Profile Matrix (CPM) As a Competitor's Analysis Tools : A Theoretical Perspective." *IJHPD VOL. 3 NO. 1*, 2014: 43.

Sudarwan, Danim. *Metode Penelitian untuk Ilmu-Ilmu Prilaku*. 1997.

Sulistio, Ferly. "ANALISIS LIMA KEKUATAN PORTER PADA PT BORNEO MEMBANGUN." *AGORA Vol. 4, No. 1*, 2016: 6.

Tribun News. n.d. <http://surabaya.tribunnews.com/2017/02/22/campina-targetkan-penjualan-es-krim-tumbuh-10-persen-tahun-ini> (accessed September 15, 2017).

Ulilalbab, Arya. *Es Krim*. n.d. http://aryaulilalbab-fkm12.web.unair.ac.id/artikel_detail-63409-Ilmu%20Pangan-Es%20Krim.html (accessed September 15, 2017).