

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap PT DHI, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari analisis, saat ini PT DHI menggunakan strategi Fokus Nilai Terbaik (*best-value focus*) di tingkat bisnis unit terlihat dari harga jual PT DHI yang nilainya sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitor akan tetapi dengan kualitas yang lebih baik. Selain itu, PT DHI melalui produknya HD Plong REA memiliki variasi warna yang lebih banyak serta kemudahan dalam sistem retur jika terdapat barang yang rusak atau tidak sesuai. Selain untuk strategi di tingkat korporat (*grand strategy*) yang sudah dilakukan oleh PT DHI ialah penetrasi pasar dengan menggunakan alat berupa brosur dan mengenalkan produk REA secara pemasaran langsung (*direct marketing*) dan juga menggunakan kekuatan *words of mouth* (WOM).
2. Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal (Lima Kekuatan Porter dan Lingkungan Umum), penulis dapat memaparkan beberapa peluang dan ancaman yang dapat timbul dari keadaan lingkungan eksternal. Untuk saat ini, PT DHI masih memiliki beberapa peluang yang baik dalam memasarkan produk HD Plong REA di Kota Bandung. Selain itu juga, permintaan di pasar yang masih tinggi menandakan bahwa kebutuhan akan kantong plastik HD

Plong belum terganggu oleh regulasi pemerintah Kota Bandung. Berdasarkan pemaparan dari manajer PT DHI, regulasi pemerintah Bandung memang masih berfokus pada modern market, sehingga peluang PT DHI di pasar tradisional masih tinggi. Selain itu, produk REA sendiri masih dapat bersaing dengan produk HD Plong kompetitor di luar Kota Bandung yang terlihat dari masuknya toko-toko di luar Kota Bandung seperti Jakarta, Tangerang, Bali, dan beberapa kota lainnya.

3. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal (SWOT) dan analisis *value chain*, lingkungan internal PT DHI masih memiliki kekuatan yang lebih baik. PT DHI sendiri masih memiliki keunggulan dalam produk mereka yaitu :
 - a. Memiliki variasi warna yang banyak sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan.
 - b. Produksi barang yang cepat ini akan memberikan keuntungan PT DHI dalam memaksimalkan permintaan sehingga dapat dengan cepat dikirim kepada konsumen.
 - c. Persediaan bahan baku yang terjamin akan menjaga operasi produksi PT DHI terus berjalan.
 - d. Memiliki diferensiasi produk berupa HD Plong NP yang hingga saat ini belum memiliki kompetitor. Hal ini menjadi nilai positif bagi PT DHI karena memiliki produk yang berbeda dibandingkan oleh kompetitor.
 - e. Layanan pelanggan yang baik membuat konsumen lebih mudah dalam permintaan barang. Selain itu, sistem retur yang mudah membuat

konsumen tidak ragu memilih HD Plong REA untuk menjadi salah satu barang yang dipasarkan.

Walaupun begitu, ada beberapa kelemahan yang dapat menjadi ancaman bagi kelangsungan bisnis PT DHI diantaranya yaitu :

- a. Armada yang belum memadai membuat sulitnya PT DHI untuk mengirim barang keluar kota.
 - b. Tingkat aval yang tinggi adalah hasil dari banyaknya warna yang disediakan oleh PT DHI. Hal ini negatif karena, saat pergantian warna, banyaknya bahan yang terbuang untuk mencapai warna yang diinginkan.
 - c. Perbedaan area gudang menjadi kendala tersendiri bagi PT DHI, dimana pengiriman barang jadi, harus di kirim dulu ke gudang barang jadi, sebelum dikirim ke konsumen. Hal ini membuat waktu dan juga tenaga.
 - d. Jadwal kerja yang tidak tetap menjadi salah satu kelemahan PT DHI. Hal ini membuat pegawai tidak memiliki kepastian jam kerja, sehingga hal ini sering membuat pegawai baru tidak bertahan lama.
 - e. Sistem yang masih kurang memadai menjadi kelauman bagi PT DHI. Semua data masih dibukukan secara manual. Salah satunya seperti data pegawai yang diarsip secara manual, pencatatan data barang jadi, dll.
4. Dari faktor internal dan eksternal yang sudah dianalisis, penulis melakukan analisis yaitu matriks SWOT, matriks IFAS dan matriks EFAS. Dari hasil matriks tersebut PT DHI masuk ke dalam kuadran V dalam matriks EFAS IFAS

yaitu *hold and maintain*. Posisi ini menunjukkan bahwa PT DHI dapat menggunakan strategi berupa penetrasi pasar, pengembangan produk, serta pengembangan pasar.

6.2 Saran

Walaupun saat ini posisi PT DHI berada di *hold and maintain*, akan tetapi PT DHI harus tetap melakukan inovasi produk mapupun pengembangan pasar karena saat ini industri plastik termasuk dalam kategori *Sunset Industry* yang dimana industri plastik saat ini sudah mengalami penurunan. Di negara-negara maju, produk plastik mulai banyak dikurangi bahkan dilarang, akan tetapi karena Indonesia termasuk negara berkembang, sehingga penggunaan plastik pun menjadi salah satu alat yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. PT DHI harus dapat mengantisipasi masalah yang timbul dalam lingkungan akibat sampah plastik. Berikut adalah beberapa saran yang disampaikan penulis berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah diperoleh dan diharapkan saran ini dapat membantu pihak perusahaan untuk menjadi bahan pertimbangan kedepannya.

1. Melakukan pengembangan produk yang lebih ramah lingkungan. Melihat kondisi lingkungan alam yang tercemar akibat sampah plastik yang sulit untuk terurai, PT DHI harus mulai melakukan pengembangan produk yang ramah lingkungan dan dapat terurai dengan lebih cepat. Saat ini produk ramah lingkungan yang sudah muncul ialah plastik yang dibuat dari bahan singkong yang lebih ramah lingkungan.

2. Mencari peluang baru dengan mengubah unit bisnis menjadi yang lain. Salah satu saran yang penulis berikan ialah melakukan integrasi kedepan dimana PT DHI menjadi distributor sehingga tidak bergantung pada bisnis yang sudah ada. Dengan membentuk unit bisnis baru yaitu distributor, PT DHI pun dapat menjual produk lain sehingga dapat memberikan sebuah peluang baru bagi PT DHI dalam melanjutkan bisnis di industri plastik.
3. Menerapkan teknologi *recycle* atau daur ulang. Dengan penerapan teknologi ini kepada PT DHI, dapat membantu mengurangi plastik-plastik yang sudah menjadi sampah di masyarakat. Dengan teknologi daur ulang, sampah plastik dapat dimanfaatkan untuk menjadi alternatif produk plastik yang baru.
4. Walaupun saat ini banyak masalah yang timbul dalam industri plastik, akan tetapi PT DHI masih tetap dapat melakukan aktivitas bisnisnya. Oleh sebab itu, PT DHI pun masih tetap harus aktif dalam melakukan pengembangan pasar dan penetrasi pasar untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Saat ini, lini produk yang sedang naik penjualannya ialah HD Plong Nopon yang banyak digunakan untuk *packing online* maka dari itu, fokus PT DHI ialah melakukan penetrasi pasar melalui media sosial.

Daftar Pustaka

- Daft, R. L. (2010). *Era Baru Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred R. (2011). *Strategic Management, Buku 1. Edisi 12 Jakarta*. Jakarta: Erlangga
- Freddy Rangkuti. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Glueck, William F dan Jauch, Lawrence R. 1990. *Manajemen Strategis dan Kebijakan. Perusahaan*. Jakarta : Erlangga.
- Heene, Aimé & Desmidt, Sebastian (2010). *Manajemen Strategik Keorganisasian. Publik*. Bandung.
- Nawawi, Ismail, (2012). *Manajemen Pengetahuan* . Bogor : Ghalia Indonesia.
- Porter, Michael E, (1990). *Strategi Bersaing : Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta : Erlangga.
- Siagian, Sondang. (2004). *Manajemen Strategik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sekaran, Uma, Bougie, R J. (2016). *Research Methods For Busines*. Edisi Ketujuh. United Kingdom : John Wiley & Sons.
- Sukmadinata. (2006). *Metode Penelitian Tindakan*. Bandung : Remaja Rodsakarya.

Website

- Rep-Mat.2017. "Bandung Miliki 300 Ribu UMKM", Diambil kembali dari
<https://jabarprov.go.id/index.php/news/22387/2017/04/08/Bandung-Miliki-300-Ribu-UMKM>
- Liputan6.com. 2019 . "Momen Lebaran Bakal Dongkrak Pertumbuhan Ekonomi Kuartal II" Diambil kembali dari
https://www.liputan6.com/bisnis/read/3977894/momen-lebaran-bakal-dongkrak-pertumbuhan-ekonomi-kuartal-ii?utm_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.0&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- Istiqomah, Zuli (2018) . "Bandung akan Terapkan Aturan Pengurangan Kantong Plastik" Diambil kembali dari
<https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/12/04/pj7ykj335-bandung-akan-terapkan-aturan-pengurangan-kantong-plastik>
- Andi M. Kahfi.2019. "Investasi Asing Banjiri Industri Plastik", Diambil kembali dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190325/257/904206/investasi-asing-banjiri-industri-plastik>, 25 Maret 2019m, 20:10 WIB Diakses pada 22 Mei 2019
- Dea Andriyawan Perdana.2019."Pekot Bandung Minta ASN Kelola Sampah lewa Kang Pisman & Drumpori" diambil kembali dari
<https://kabar24.bisnis.com/read/20190624/15/937010/pekot-bandung->

minta-asn-kelola-sampah-lewa-kang-pisman-drumpori 24 Juni 2019 12:34

WIB, Diakses pada 22 Mei 2019

Murti Ali Lingga.2018. "Aprindo Sesalkan Perda Pelarangan Penggunaan

Kantong Plastik" Diambil kembali dari

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/11/21/195017126/aprindo->

[sesalkan-perda-pelarangan-penggunaan-kantong-plastik](https://ekonomi.kompas.com/read/2018/11/21/195017126/aprindo-sesalkan-perda-pelarangan-penggunaan-kantong-plastik).

Vivien Lanny.2019. "Industri Kemasan Plastik Jadi Rantai Pasok Penting Sektor

Lain" Diambil kembali dari

<http://www.kemenperin.go.id/artikel/16971/Industri-Kemasan-Plastik->

[Jadi-Rantai-Pasok-Penting-Sektor-Lain](http://www.kemenperin.go.id/artikel/16971/Industri-Kemasan-Plastik-Jadi-Rantai-Pasok-Penting-Sektor-Lain), Diakses pada 22 Mei 2019

Lampiran

Beberapa pertanyaan dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik toko Makmur adalah sebagai berikut:

1. Kapan PT DWIHANDAL HADETRADA INDONESIA didirikan ?
2. Apa visi dan misi yang dimiliki oleh PT DHI ?
3. Berapa banyak karyawan yang dimiliki saat ini dan bagaimana pembagian tugasnya?
4. Bagaimana proses bisnis yang dilakukan oleh PT DHI ?
5. Produk apakah yang menjadi keunggulan yang dimiliki oleh PT DHI ?
6. Apakah ada konsumen atau pasar khusus yang dituju oleh PT DHI ?
7. Siapa saja pesaing PT DHI di Kota Bandung ?
8. Pemasaran apa yang sudah dilakukan oleh PT DHI ?
9. Faktor apa saja yang menjadi kelemahan dan kekuatan PT DHI dibandingkan pesaingnya?
10. Apakah terdapat kendala yang terjadi dalam internal maupun eksternal perusahaan ?
11. Bagaimana cara PT DHI untuk mempertahankan pelanggan-pelanggan dari produk kompetitor lain ?
12. Apakah PT DHI sudah memiliki atau menggunakan pencatatan dalam setiap aktivitas bisnis ? Seperti pencatatan bahan baku, penggunaan bahan baku, dll.