

BAB 7
SIMPULAN DAN SARAN

RAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

7.1. Simpulan

Berdasarkan uraian pembahasan yang ditujukan untuk menjawab permasalahan yang ada, dapat disebutkan beberapa simpulan sebagai berikut :

- Di dalam industri mobil di kota Surabaya, Auto 2000 memiliki banyak keunggulan bersaing dibandingkan para pesaingnya yang bisa dilihat dari analisis lima kekuatan industri dan analisis tentang rantai nilai perusahaan antara lain : sistem pelayanan yang jauh lebih baik, jumlah wiraniaga yang berkualitas yang lebih banyak, dukungan dana, sistem informasi dan manajemen yang lebih baik, dan lain-lain.

Namun demikian ada juga kelemahan dari Auto 2000, yaitu model yang diluncurkan oleh Auto 2000 di Indonesia seringkali adalah model yang sudah cukup lama beredar di luar negeri

- Dari analisis kekuatan dan kelemahan perusahaan, maka terlihat bahwa Auto 2000 memiliki kekuatan yang cukup potensial untuk memenangkan persaingan. Berdasarkan analisis ancaman dan peluang, terlihat bahwa Auto 2000 mempunyai peluang yang besar untuk keluar sebagai pemimpin di segmen kendaraan penumpang.
- Walaupun Auto 2000 berjaya di total pasar dan segmen kendaraan niaga di industri mobil di kota Surabaya, tetapi gagal di segmen

kendaraan penumpang. Hal ini disebabkan karena kekurangtajaman strategi Auto 2000 yang diarahkan ke segmen kendaraan penumpang tersebut.

- Pasar taxi merupakan pasar yang sangat potensial untuk menjadikan Toyota sebagai pemimpin di segmen kendaraan penumpang. Tetapi dibalik itu terdapat ancaman yang besar yaitu memburuknya citra Toyota.
- Auto 2000 terkesan kurang memanfaatkan jam buka kantor yang tersedia serta tidak menyadari bahwa lokasi tempat usahanya sangat mendukung untuk melakukan hal tersebut.
- Saat ini, pendatang baru belum merupakan ancaman berarti. Tetapi dimasa mendatang mereka merupakan ancaman yang potensial, kerana selain memiliki keunggulan biaya, mereka juga dimotori oleh orang-orang yang notabene adalah mantan pembuat keputusan di kelompok usaha Astra yang selain berpengalaman puluhan tahun di bisnis otomotif juga mengetahui persis seluk beluk strategi bersaing yang diterapkan oleh Auto 2000
- Saat ini, ancaman dari produk pengganti belumlah besar. Hal ini dikarenakan teknologi yang dipergunakan oleh mobil berbahan bakar non minyak masih kalah dibandingkan mobil yang berbahan bakar minyak. Selain itu sarana penunjang dari kendaraan berbahan bakar non minyak masih sangat kurang. Namun di kala sumber minyak

sudah sangat langka atau tuntutan akan produk yang ramah lingkungan semakin besar, maka keadaan akan berbalik seratus delapan puluh derajat.

7.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan yang telah diuraikan, dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

- Hendaknya Auto 2000 lebih mempertajam strategi yang diarahkan pada segmen kendaraan penumpang. Salah satu caranya adalah dengan membentuk tim atau armada wiraniaga khusus yang menangani penjualan kendaraan jenis sedan.
- Auto 2000 harus bekerjasama dengan PT. Toyota Astra Motor untuk tidak menunda peluncuran model terbaru yang sedang populer di dunia untuk memasuki wilayah pemasaran di Indonesia.
- Hendaknya Auto 2000 tidak gegabah dalam memasuki pasar taxi sehingga tidak menjadi bumerang bagi citra Toyota.
- Hendaknya Auto 2000 dapat memaksimalkan jam buka kantornya agar dapat memanfaatkan semua sumber daya secara maksimal dengan tujuan memperoleh peningkatan pendapatan dan keuntungan.
- Selain mempertahankan semua strategi bersaing yang sudah baik juga hendaknya meningkatkan mutu strategi tersebut agar tingkat

keunggulan masih tetap terjaga untuk dapat unggul jauh didepan para pesaing.

- Hendaknya Auto 2000 tidak pernah berhenti untuk melakukan perbaikan strategi bersaingnya dan juga meningkatkan kewaspadaan terhadap ancaman potensial dari pemain baru dan produk pengganti.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alfred, D. Chandler, Jr. 1962. *Strategy and Structure : Chapter in the History of the Industrial Enterprise*, The M.I.T. Press.
- Ansoff, H. Igor. 1982. *Corporate Strategy*, Penguin Books, New York.
- Christensen, C. Roland, *Business Policy : Text and Cases*, Richard D. Irwin, Inc.
- Glen L. Urban dan Steven H. Star, 1991, *Strategic Management*, Prentice-Hall International, Inc.
- Glueck, William F. 1980, *Business Policy and Strategic Management*, McGraw-Hill Kogakusha, Ltd.
- Hitt, Michael A., R. Duane Ireland, and Robert. E. Hoskisson, 2001. *Strategic Management : Competitiveness and Globalization*, Fourth Edition, South-Western College Publishing
- Kapital, Desember 2001, Volume III, No. 08
- Kartajaya, Hermawan. 2000. *Siasat Bisnis : Menang dan Bertahan di Abad Asia Pasifik*, Cetakan Ketiga, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama & Majalah Berita Mingguan *GATRA*.
- _____. 2001. *Marketing Plus 2000 : Siasat Memenangkan Persaingan Global*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philp. 1991. *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control*, Seventh Edition. Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip, Ang, Swee Hoo, Leong, Siew Men and Tan, Chin Tion. 1996. *Marketing Management An Asian Perspective*, Prentice Hall International
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 1996. *Principles of Marketing*, Seventh Edition. Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management*, Prentice Hall International, Inc.

- Newman, William H. and Logan, James P. 1971. *Strategy, Policy, and Central Management*, South-Western Publishing Co.
- Porter, Michael E. 1994. *Competitive Advantage*, Collier Macmillan Publishers
- Purnama, C.M. Lingga. 2001. *Strategic Marketing Plan : Panduan Lengkap dan Praktis Menyusun Rencana Pemasaran yang Strategis dan Efektif*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Supriyono, R.A. 1998. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, Edisi Kedua, Yogyakarta : BPFE
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Bisnis Modern*, Edisi Pertama, Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Uyterhoeven, Hugo E.R. 1973. *Strategy and Organization : Text and Cases in General Management*, Richard D. Irwin, Inc.

