

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

7.1. Simpulan

Melalui uraian-uraian analisis hasil yang dilanjutkan dengan pokok pembahasan maka dapat dirangkum membentuk pernyataan inti yang bisa menjadi jawaban atas permasalahan di awal penelitian dan menjadi kesimpulan pada tesis ini.

1. Vulkanisir sebagai produk substitusi ban merupakan produk dari industri yang cukup menarik dan potensial seiring dengan semakin tingginya kenaikan harga ban orisnil dan besarnya selisih harga ban orisnil terhadap produk vulkanisir.
2. Hasil evaluasi menunjukkan bentuk strategi diversifikasi yang memberi kemudahan yang besar untuk mengatasi kesulitan yang relatif kecil bagi PT. Surya Mas Agung adalah *Internal Development* sebagai perwujudan dari *vertical integration* dan *horizontal integration*.
3. Untuk lebih mendukung strategi ekspansi pasar pada daerah baru maka PT. Surya Mas Agung dapat lebih meningkatkan keunggulan bersaingnya dengan mengembangkan dan penyempurnaan produk pada varian *tread, compound*, kualitas kemurnian karet sintetis dan ketahanan uji jarak tempuh untuk menjangkau kategori konsumen besar dan kecil.
4. Dalam pelaksanaan strategi, PT. Surya Mas Agung dapat mengikuti pola
 - a. *Designing Organizational Structure*

Jika diperlukan, manajemen PT. Surya Mas Agung dapat melakukan perubahan struktur organisasi perusahaan untuk optimalisasi pelaksanaan strategi ekspansi pasar.

b. Designing Control System

Untuk menunjang jalannya pelaksanaan strategi ekspansi pasar manajemen PT. Surya Mas Agung dapat membuat sistem pengawasan. Sistem ini dapat berfungsi sebagai arahan dan aturan yang mempermudah manajemen dalam menjalankan tugasnya.

c. Matching Strategy, Structure and Controls

Manajemen PT. Surya Mas Agung dapat melakukan perubahan untuk menciptakan kesesuaian antara struktur organisasi, sistem pengawasan dan strategi perusahaan yang diterapkan.

5. Bentuk pelaksanaan yang perlu dijalankan untuk mendukung strategi ekspansi pasar adalah :
 - a. Pembentukan Misi dan Goals perusahaan
 - b. Penetapan target area ekspansi pasar
 - c. Pembenahan manajemen dan SDM.
 - d. Penetapan sistem dan prosedur untuk pembukaan cabang sebagai usaha ekspansi pasar

7.2. Saran

Untuk melengkapi jawaban atas permasalahan dalam penelitian ini, maka di bawah diberikan beberapa pernyataan sebagai saran:

1. Untuk melengkapi cabang yang sudah ada dan yang akan berdiri disarankan agar dilengkapi dengan sarana sebuah outlet yang melayani keperluan para pengemudi kendaraan niaga, seperti: jasa bongkar pasang ban, maret, ganti olie, roda (*velg*) dan jasa service lainnya.
2. Untuk mengantisipasi datangnya pesaing, disarankan sebaiknya PT. Surya Mas Agung melalui unit bisnis PT. A untuk melakukan kerjasama dalam hal riset dan pengembangan *tread – compound* dengan perusahaan asing khusus produsen karet sintetis dan menawarkan pendirian industri karet sintetis di Indonesia.
3. Untuk menunjang strategi ekspansi pasar ini maka PT. Surya Mas Agung sebaiknya melakukan kerjasama dengan agensi dan distributor ban pada daerah-daerah yang konsumen tersebar dan sulit dijangkau, untuk memasarkan produk vulkanisir.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ansoff, H Igor. 1981. *Corporate Strategy*. Penguin Books, New York.
- Collis, David J. dan Montgomery Cynthia A. 1998. *Corporate Strategy: A Resource-Based Approach*. Irwin McGraw-Hill. New York. 1998
- David, Fred R. 1997. *Strategic Management*. 6 th Edition. Prentice Hall International. New Jersey.
- Drucker, Peter F. 1973. *Management: Tasks, Responsibilities, and Practices*. Harper & Row Publishing. New York.
- Gay, L.R. dan Diehl P.L. 1996. *Research Methods For Bussines and Management*. Prentice Hall International, Inc. New Jersey.
- Hill, Charles W.L. dan Jones Gareth R. 1998. *Strategic Management: An Integrated Approach*. Houghton Mifflin Company. New York.
- Hitt, Michael A. Irelland R. Duane dan Hoskisson Robert E. 1999. *Manajemen Strategis*. Edisi Bahasa Indonesia. Erlangga. Jakarta.
- Isaac, S. dan W. B. Michael. 1981. *Handbook In Research And Evaluation*. Edits Publishers, San Diego
- Katalog BPS. 6102, 2000. Direktori Industri Pengolahan. Balai Pusat Statistik. Jakarta
- Kotler, Philip 1991. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Bahasa Indonesia. Vol. 2. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Prenhallindo. Jakarta.
- McDonald, Malcolm HB. 1991. *Rencana Pemasaran*. Edisi Terjemahan PPM, Seri Manajemen No 123., Pustaka Binaman Pressindo.
- Marden, Tony 1999. *An Introduction to Bussines Strategy: A Strategic Managemnet Approach Text and Case*. Second Edition. McGraw-Hill Publishing Company, London.

- Mintzberg, Henry and Quinn J.B. 1998. *The Strategy Process: Concept, Content, Cases*. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Noerhajati, Itjut. 1997. *Evaluasi Strategi Pengembangan Produk Baru LA.Light*. Intership Program Studi Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Porter, Michael E. 1980. *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Edisi Terjemahan. Erlangga. Jakarta.
- Porter, Michael E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations: with a new introduction*. New York: The Free Press
- Porter, Michael E. 1994. *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Pearce, J.A. and Robinson R.B. 1997. *Manajemen Strategik. Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Terjemahan, Binarupa Aksara., Jakarta.
- Profil Bisnis. No. 228, 26 Juni 1999. *Perkembangan dan Prospek Industri Ban Kendaraan Bermotor Indonesia*. Jurnal Indocommercial. Capricorn Indonesia Consult Inc. Jakarta.
- Stern, Louis W. dan Adel I. El-Ansary. 1996. *Marketing Channels*, Prentice Hall. New Jersey.
- Thompson, Arthur A dan Strickland A. J. 1996. *Strategic Managements: Concepts and Cases*. Irwin McGraw-Hill. Chicago.
- Urban, Glen L and Steven H. Star. 1991. *Advanced Marketing Strategy Phenomena Analysis and Decision*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Umar Hussein, 1999. *Metodologi Penelitian: aplikasi dalam Pemasaran*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta..
- Wahyudi Agustinus Sri., 1996. *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik* . Cetakan Pertama. Binarupa Aksara, Jakarta.

