

## **BAB 6**

### **PENUTUP**

#### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari analisis data penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan, maka diperoleh kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis SWOT diketahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi UD Payung Agung adalah sebagai berikut:
  - a. Kekuatan
    - 1) Manajemen dari perusahaan terorganisir dengan baik
    - 2) Pelayanan yang diberikan memuaskan bagi pelanggan
    - 3) Harga yang diberikan oleh UD Payung Agung adalah harga yang bersaing
    - 4) Lokasi yang dimiliki oleh UD Payung Agung sebagai tempat melayani pembelian secara retail/eceran
  - b. Kelemahan

- 1) Sistem *reward* dan *punishment* yang diterapkan UD Payung Agung tidak ketat sehingga terjadi banyak pelanggaran.
- 2) Sumber daya manusia yang dimiliki UD Payung Agung belum terampil sehingga masih harus dilakukan pelatihan.
- 3) Sistem keuangan yang belum terkomputerisasi dan tidak memiliki sistem informasi manajemen untuk keuangan menyebabkan sering terjadi kesalahan dan kurang efisien dalam pengelolaan data keuangan.

c. Peluang

- 1) Adanya Masyarakat Ekonomi Asia membawa peluang peningkatan penjualan pakan ternak.
- 2) Tingkat konsumsi daging yang masih rendah masih membuka peluang untuk terjadi pertumbuhan dalam industri ini.
- 3) Perkembangan industri peternakan yang memiliki potensi tumbuh yang besar membawa peluang bertumbuhnya perdagangan pakan ternak.
- 4) Perkembangan teknik peternakan baru berpeluang meningkatkan efisiensi peternakan dan peningkatan penjualan pakan ternak.

d. Ancaman

- 1) Harga pokok pakan ternak yang berfluktuasi membawa ancaman akan kebangkrutan peternak dan berdampak pada penurunan penjualan pakan ternak.
  - 2) Munculnya pesaing baru yang bergerak dalam bidang yang sama berpotensi berkembang menjadi pesaing besar.
  - 3) Kebijakan Import ternak pemerintah membawa potensi pengurangan penjualan pakan ternak karena penjualan peternak melambat.
  - 4) Penyakit ternak membawa potensi ancaman terbesar bagi UD Payung Agung, adanya penyakit ternak secara langsung mengurangi penjualan pakan ternak.
2. Dari hasil analisis faktor internal diketahui bahwa UD Payung Agung memiliki nilai IFE sebesar 3.13293. Hal ini menunjukkan bahwa UD Payung Agung memiliki posisi internal yang kuat. Kekuatan yang dimiliki oleh UD Payung Agung cukup besar untuk menutup atau mengatasi kelemahan yang dimilikinya.
  3. Dari hasil analisis faktor eksternal diketahui bahwa UD Payung Agung memiliki nilai EFE sebesar 3.03704. Hal ini menunjukkan bahwa UD Payung Agung memiliki posisi eksternal yang kuat. Sehingga dapat dikatakan UD

Payung Agung dapat memanfaatkan peluang yang ada dan menghindari ancaman yang mungkin timbul.

4. Dari hasil analisis Matriks IE, diketahui bahwa UD Payung Agung ada pada *Cell I* yang menunjukkan bahwa UD Payung Agung memiliki kekuatan untuk mengatasi kelemahan dan dapat merespon peluang yang ada sehingga dapat menghindari ancaman.
5. Strategi yang digunakan UD Payung Agung saat ini adalah strategi integrasi ke depan (*forward integration*). UD Payung Agung memiliki usaha peternakan ayam, dimana untuk pakan ternak yang dibutuhkan dipasok langsung oleh UD Payung Agung, memiliki usaha pembuatan kandang ayam petelur yang memasok kandang yang didesain khusus untuk ayam petelur, memiliki usaha pembuatan *Cake* dan *Tart* yang bahan baku telur diperoleh melalui usaha peternakan. Strategi yang diterapkan saat ini sudah sesuai dengan posisi UD Payung Agung yang berada pada *Cell I* pada tahap *Grow* dan *Build*.
6. Strategi yang sebaiknya digunakan berdasarkan hasil analisis SWOT adalah dengan melakukan penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Tujuan dari kedua strategi ini adalah untuk menambah jumlah pangsa pasar untuk UD Payung Agung dengan melakukan

pengembangan pasar dengan membuka kantor pemasaran di daerah yang belum terjangkau, atau melakukan penetrasi pasar dengan memfokuskan pada usaha pemasaran yang lebih besar.

## **6.2.Saran**

Dari hasil analisis, menunjukkan bahwa UD Payung Agung berada dalam *Cell I*, yaitu *Grow* dan *Build*. Sesuai dengan keadaan perusahaan saat ini, maka perusahaan dapat mencoba untuk menerapkan strategi penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Untuk itu, berikut beberapa saran yang dapat disampaikan:

1. UD Payung Agung dapat mencoba untuk meraih peningkatan penjualan dengan mengembangkan pangsa pasar dengan menggunakan strategi pengembangan pasar dengan membuka kantor pemasaran di daerah yang belum terjangkau sebelumnya. Juga menggunakan penetrasi pasar untuk meningkatkan pangsa pasar melalui kegiatan promosi seperti ikut serta dalam kegiatan asosiasi peternakan dan mengajak kerja sama pemerintah daerah dalam pengembangan peternakan di wilayah Tulungagung dan sekitarnya.

2. UD Payung Agung dapat mencoba meningkatkan hubungan baik dengan pemasok sehingga dapat mendapat tambahan insentif dari pemasok dan bekerja sama dengan pemasok untuk meningkatkan pangsa pasar dengan berpartisipasi dalam event yang diadakan oleh pemasok dalam rangka meningkatkan *brand awareness* produk pemasok yang bersangkutan.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan bukan hanya pelanggan peternak yang membeli dalam jumlah besar tetapi juga kepada pelanggan retail/eceran yang membeli dalam jumlah kecil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amatulli, Cesare., et al. 2011. Strategic Analysis through the General Electric/McKinsey Matrix: An Application to the Italian Fashion Industry. *International Journal of Business and Management*. Vol 6 (5): 61-75
- Carpenter, M.A., and W.M. Gerard Sanders. 2009. *Strategic Management*. USA:Pearson Prentice Hall.
- Chaghooshi, J. Ahmad., et al. 2012. Formulation and Prioritization of Strategies in Tile and Ceramic Industry: A Case Study. *New York Science Journal* (5):79-87.
- Collis, D.J and Montgomery, C.A. 2005. *Corporate Strategy: A Resource-Based Approach*. Boston: Irwin-McGraw-Hill.
- David, F, R. 2009. *Manajemen Strategis: Konsep*. Edisi Kedua belas. Buku 1. Terjemahan. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_.2011. *Strategic Management: Concepts and Cases*. Thirteenth Edition. United States: Prentice Hall. Pearson Education. Global Edition.
- Dyson, R.G, 2004. Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick, *European Journal of Operational Research* 152:631–640.
- Griffin. 2004. *Manajemen* (Jilid 1 Edisi 7), Jakarta: Erlangga

Hambrick, Donald C, dan Fredrickson, James W. 2005. Are You Sure You Have A Strategy?. *Academy of Management Executive* Vol.19 (4): 51-62

Henne, Aime. 2010. *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik*. PT Refika Aditama: Bandung

Houben, GK Lenie and K Vanhoof. 1999. 'A Knowledge-Based SWOT-Analysis System as an Instrument for Strategic Planning in Small and Medium Sized Enterprises'. *Decision Support Systems*, Vol. 26:125-135.

<http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/473299konsumsidagingsapirilebihrendahdarimalaysia>. Diakses 1 september 2015

[https://en.wikipedia.org/wiki/SWOT\\_analysis](https://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis). Diakses 1 september 2015

Hunger, J, D. & Wheelen, T, L. 2003. *Manajemen Strategis*. Edisi Kedua. Terjemahan. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Kajanus, M, J. Kangas, M. Kurttila. 2004. The use of value focused thinking and the A'SWOT hybrid method in tourism management, *Tourism Management* 25:499–506.

Kangas, J., Kurttila, M., Kajanus, M., Kangas, A. 2003. Evaluating the management strategies of a forestland estate-the S-O-S approach, *Journal of Environmental Management*, 69:349–358.

- Koch, Adam. 2000. *SWOT Does Not Need To Be Recalled: It Need To Be Enchanted*. <http://www.westga.edu/~bquest/2000/swot1.html>. Swineburne University of Technology
- Kovalcik, Miroslav., et al. 2013. SWOT Strategies For Forestry Logistic in Six European Region. *Forestry Journal*, 59:130-138.
- Lawa, Yoyok Sutowa 2003. Analisis Strategi Manajemen Dengan Perspektif SWOT pada PT Gimex Furniture Manufacturing Co. *Tesis*. Universitas Katolik Widya Mandala. Surabaya
- Macmillan H, Tampoe M 2000. *Strategic Management*. New York: Oxford University Press.
- Miles, M.B. dan A.M. Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis*. California: SAGE Publication Inc.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nalebuff, B.J. and A.M. Brandenburger, 1996. *Co-opetition*. London: Harper Collins Business
- Porter, Michael. E . 2008. The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review* Januari 2008.
- \_\_\_\_\_. 1991. Towards A Dynamic Theory of Strategy. *Strategic Management Journal*. Vol 12: 95-117.

- \_\_\_\_\_. 1996. What is Strategy?. *Harvard Business Review*. Desember 1996.
- Rusli, 2004. Analisis Strategi Manajemen Dengan Perspektif SWOT pada UD. Bintang Usaha Jaya di Surabaya. *Tesis*. Universitas Katolik Widya Mandala. Surabaya
- Santoso, Stefanus, 2009. Analisis Strategi Manajemen PT. XYZ. *Tesis*. Universitas Katolik Widya Mandala. Surabaya
- Sugiyono, 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Ketujuh. Bandung. CV. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R &D*. Alfabeta: Bandung
- Supratikno, Anton, Sugiarto dan Darmadi. 2005. *Advanced Strategic Management*. Jakarta: PT Ikrar Mandiriabadi
- Susanti, 2003. Analisis Strategi Manajemen Dengan Perspektif SWOT pada PT Coca-Cola Distribution Indonesia Unit Jawa Timur. *Tesis*. Universitas Katolik Widya Mandala. Surabaya
- Yin, R, K. 1997. *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Case Study Research: Design and Methods (Applied Social Research Methods)*. Illinois: Sage Publications,inc.