

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pengolahan data dan analisis data yang telah dilakukan bab-bab sebelumnya, pada bab ini disajikan kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik serta saran-saran yang dapat diberikan. Seperti diketahui, PT United Tractors merupakan agen tunggal produk “Komatsu”, “Nissan Diesel”, “Kenworth”, “Bomag”, “Timberjack”, “Tadano Crane”, dan “Patria-Komatsu” memiliki tiga Divisi yang terdiri dari Divisi Penjualan (SBU-1), Divisi Teknis (SBU-2) dan Divisi *Counter Parts* (SBU-3). Sedangkan sebagai kompetitor PT United Tractors adalah PT X yang merupakan agen tunggal “Catterpillar”.

#### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan evaluasi terhadap perusahaan serta analisis data yang telah dilakukan untuk mencari strategi bagi perusahaan dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut :

1. Kondisi internal kedua perusahaan secara umum dapat dikatakan kuat, tetapi SBU-1 kondisi internalnya berada diatas rata-rata. Hal ini disimpulkan berdasarkan dari total nilai yang diperoleh masing-masing perusahaan. Hasil evaluasi faktor internal dengan Matriks IFE untuk SBU-1 = 3,12 , SBU-2 = 2,73, SBU-3 = 2,70 dan kompetitor UT, PT X dengan nilai 2,69.

2. Berdasarkan hasil evaluasi faktor eksternal dengan menggunakan Matriks EFE diperoleh nilai sebesar 2,81, ini menunjukkan peluang eksternal perusahaan mampu mengatasi ancaman-ancaman yang dihadapi.
3. Dari hasil Matriks Profil Kompetitif yang dikembangkan, posisi persaingan UT, SBU-1 merupakan yang terbaik dibandingkan unit bisnis lainnya, dan untuk persaingan UT lebih tinggi dari PT X . Hal ini terutama dikarenakan UT dinilai kuat dalam pangsa pasar serta segmentasi pasar dan banyaknya jenis dan merek produk.
4. Berdasarkan Matriks BCG yang dikembangkan, UT dari tahun 1996 pada posisi sebagian sel tanda tanya (*question marks*) dan sebagian sel anjing (*dog*) sampai tahun 2000 pada posisi bintang (*star*) menunjukkan perubahan dan menjadi pemimpin pasar (*market leader*) sedangkan PT X dari tahun 1996 pada posisi sebagian sel bintang (*star*) dan sebagian sel penderek kas (*cash cow*) sampai tahun 2000 pada posisi sel tanda tanya (*question marks*) juga mengalami perubahan tetapi tidak menjadi pemimpin pasar (*market leader*) walaupun penjualan yang cukup tinggi.
5. Berdasarkan hasil Matriks GE, UT dengan kekuatan industri = 3,73 dan daya tarik industri = 3,65 berada pada kolom investasi/tumbuh dengan sumbu kekuatan industri tinggi dan daya tarik industri medium. Sedangkan perusahaan PT X dengan kekuatan industri = 3,51 dan daya tarik industri = 3,50 berada pada kolom selektif investasi dengan sumbu kekuatan industri medium dan daya tarik industri medium.

6. Dari alternatif-alternatif strategi yang dikembangkan untuk masing-masing perusahaan dengan menggunakan Matriks QSPM, strategi yang cocok untuk UT, SBU-1(Divisi Penjualan) adalah Strategi Laba, SBU-2 (Divisi Teknis) adalah Strategi Pengembangan SDM, SBU-3 (Divisi *Counter Parts*) adalah Strategi Merger dan untuk PT X adalah *Market Development*.

## 6.2. Saran

Dari hasil kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan profitabilitas perusahaan PT United Tractors dengan strategi laba yang memperhatikan keinginan pelanggan dan keuntungan produk. Selain itu perbaiki koordinasi antarcabang untuk meningkatkan citra perusahaan dalam penjualan agar terjalin suatu hubungan yang saling membantu.
2. Peningkatan SDM yang sudah ada dengan cara melatih SDM yang sudah ada menjadi tenaga ahli yang profesional dalam reparasi dan perawatan mesin sehingga meningkatkan citra pelayanan pelanggan untuk Divisi Teknis.
3. Sedangkan Divisi *CounterParts* dapat bergabung dengan Divisi Penjualan untuk melakukan penjualan dan pemakaian sukucadang untuk menghemat SDM dan finansial perusahaan yang sekarang ini kurang mendapat profit akibat inflasi ekonomi.

4. Memperhatikan pesaing yang ada dalam pemasaran produk walaupun secara pangsa pasar UT lebih besar dan menjadi *market leader* dengan terus melakukan perluasan pasar yang telah ada serta menunjukkan etika bisnis yang baik dengan pemerintah dan supplier.
5. PT X sebagai salah satu competitor UT harus terus mengembangkan perluasan pasar yang telah ada dengan memperhatikan harga produk dan diferensial produknya untuk jangka panjang karena faktor merek yang sudah cukup terkenal.