

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dari studi yang telah dilakukan berkenaan dengan “**Analisis Strategi Bersaing Pada PT. Tanahwangko Paradise Resort**” adalah:

1. Berdasarkan penilaian bobot terhadap faktor-faktor lingkungan eksternal dan lingkungan internal pada PT. Tanahwangko Paradise Resort, maka diperoleh nilai bobot sebagai berikut:
  - a. Nilai bobot tertinggi diperoleh dari pertanyaan mengenai kebijakan pemerintah dengan mumbuka rute penerbangan langsung dari mancanegara ke Kota Manado sebesar 0,026, sedangkan nilai bobot terendah diperoleh dari pertanyaan mengenai kebijakan pemerintah terhadap kenaikan harga tiket pesawat, program dan promo menarik yang ditawarkan oleh vendor sebesar 0,011.
  - b. Nilai bobot tertinggi diperoleh dari pertanyaan mengenai menyediakan paket *snorkling* dan *diving*, serta pelatihan *diving* yang bersertifikat internasional (SCUBA) sebesar 0,026, sedangkan nilai bobot terendah diperoleh dari pertanyaan mengenai tidak rutin melakukan pengontrolan dari kesiapan, kebersihan, dan kinerja karyawan sebesar 0,007.

2. Berdasarkan analisis tahapan strategi bersaing pada PT. Tanahwangko Paradise Resort, maka peneliti menggunakan analisis strategi bersaing metode Fred R. David yang terdiri dari tiga tahapan (*three stage*), diantaranya yaitu:

a. Tahap 1 Input - (*Input Stage*)

- 1) Hasil penilaian atas penggabungan faktor-faktor lingkungan eksternal yaitu sebesar 3,52 yang berarti kuat. Nilai ini didapatkan dari pengolahan data yang telah dilakukan terhadap faktor eksternal yang terdiri dari lingkungan makro (ekonomi, sosial budaya, demografis, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, kekuatan kompetitif) dan lingkungan industri (persaingan antar perusahaan-perusahaan sejenis, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan produk atau jasa pengganti, kekuatan daya tawar pemasok, kekuatan daya tawar pembeli).
- 2) Hasil penilaian atas penggabungan faktor-faktor lingkungan internal yaitu sebesar 3,13 yang berarti kuat. Nilai ini didapatkan dari pengolahan data yang telah dilakukan terhadap faktor internal yang terdiri dari fungsi bisnis (pemasaran, keuangan, operasional, penelitian dan pengembangan, sumber daya manusia) dan fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, penempatan staf, pengendalian).
- 3) Perolehan nilai *Competitive Profile Matrix* (CPM) dengan melakukan perbandingan nilai berdasarkan *Critical Success Factors* atau faktor

penentu keberhasilan antara produk PT. Tanahwangko Paradise Resort (Janji Laut Resort) dengan dua pesaing kuatnya yaitu sebesar 2,25.

b. Tahap 2 Analisis Strategi - (*Matching Stage*)

Berdasarkan tahap pencocokan yang telah dilakukan pada PT. Tanahwangko Paradise Resort menggunakan Matriks SWOT, Matriks SPACE, Matriks BCG, Matriks IE dan Matriks GS, maka alternatif strategi yang dihasilkan dan dinilai tepat untuk dapat diimplemetasikan oleh perusahaan diantaranya yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

c. Tahap 3 Keputusan - (*Decision Stage*)

Berdasarkan perhitungan daya tarik pada teknik QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) yang telah dilakukan pada masing-masing alternatif strategi, maka nilai total daya tarik paling tinggi diperoleh oleh alternatif strategi berupa pengembangan pasar yaitu sebesar 7,01. Strategi pengembangan pasar mengartikan bahwa perusahaan perlu memperkenalkan produk yang sudah ada ke wilayah geografis baru untuk memperluas pangsa pasar.

3. Keputusan strategi bersaing menghasilkan serta merekomendasikan alternatif strategi berupa pengembangan pasar, adapun implikasi yang disarankan dan dapat digunakan oleh PT. Tanahwangko Paradies Resort tersebut yaitu:

- a. Menjalin kerjasama dengan berbagai *online travel agent* (OTA) yang berada di dalam dan luar negeri untuk memperluas pangsa pasar seperti klik.com dan GoIndonesia.

- b. Aktif berpartisipasi pada acara-acara yang diselenggarakan oleh kementerian pariwisata Indonesia untuk perluasan pangsa pasar di dalam dan luar negeri
- c. Aktif mengikuti *travel fair* yang diselenggarakan oleh berbagai pihak.
- d. Kembangkan target pangsa pasar baru yang potensial seperti wisatawan domestik dan asia yang memiliki pertumbuhan jumlah wisatawan yang cukup tinggi.

## 5.2 Saran

Saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk PT. Tanahwangko Paradise Resort yaitu:

1. Perusahaan dapat mengimplementasikan strategi yang telah ditetapkan diatas tetapi tetap harus dilakukan evaluasi dan monitoring terhadap jalannya strategi tersebut demi pencapaian tujuan permasalahan.
2. Strategi yang telah ditetapkan tersebut dapat dilakukan penyesuaian dengan perubahan faktor eksternal dan internal yang melingkupinya sehingga strategi yang ada akan tetap dinamis.
3. Perusahaan dapat menggunakan analisis strategi bersaing menggunakan model dan sumber lain guna memperkuat pendapat atau hipotesis yang ada dalam penelitian ini dan untuk memperkaya informasi dalam hal manajemen strategi.