Bab 6
Kesimpulan dan Saran

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan pada bab 4 dan mempertimbangkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan mengenai strategi CV. Media Karya Teknologi yaitu:

1. Hasil total *score* matriks IFE seberas 2,541 dan EFE sebesar 2,643, total *score* ini untuk menentukan posisi perusahaan dimana faktor yang termasuk kedalam bagian kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman akan diplot kedalam matrik IE.

2. Dari matrik internal-ekternal (IE) hasil dari pengolahan matrik IFE dan EFE, didapat total *score* IFE sebesar 2,541 dan EFE sebesar 2,643, maka perusahaan CV. Media Karya Teknologi terletak di sel no 5, dengan menggunakan *Growth Strategy* yaitu strategi pertumbuhan dan konsentrasi melalui integrasi horisontal.

   Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas pertumbuhan dengan cara membangun dilokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk.

   Strategi yang diterapkan adalah konsolidasi (sel 5), yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit. Perusahaan yang berada di sel ini dapat memperluas pangsa pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui akuisisi atau *joint ventures* dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.

3. Dari hasil analisis metrik SWOT dapat menghasilkan empat set alternatif strategi yaitu :

Strategi (SO)

1. Memperluas daerah pemasaran dengan cara promosi,iklan, dan publikasi..
2. Meningkatkan kualitas SDM yang sudah ada demi mencapai target.
3. Melakukan rancangan dan pengembangan produk yang bermutu tinggi.
4. Menambah relasi untuk mendapatkan pelanggan atau konsumen baru dengan cara melakukan kerja sama dengan perusahaan lain, contohnya kerja sama dengan perusahaan penjual produk yang sama.

Strategi (ST)

1. Mempertahaankan kualitas produk serta meningkatkan kualitas produk sedikit demi sedikit apabila memungkinkan dengan harga yang bersaing.
2. Melihat dari kondisi sosial, politik, ekonomi dan teknologi di indonesia maka perusahaan seminimal mungkin bisa menghemat pengeluaran, strategi pemasaran yang benar dan tepat pada sasaran tanpa mengesampingkan kualitas produk.
3. Memanfaatkan kerja sama dan hubungan baik dengan konsumen untuk meredam para pesaing.
4. Meminimalisasi harga produk dan meningkatkan jaminan garansi produk.

Strategi (WO)

1. Meperkuat strategi 4p (produk, price, place, promotion).
2. Memperluas pangsa pasar.
3. Menambah tenaga kerja yang kompeten.

Strategi (WT)

1. Menerapkan sistem bonus yang sesuai berdasarkan jabatan.
2. Meningkatkan strategi yang dipakai sekarang ini.
3. Memperhatikan kesejahteraan karyawan.

4. Hasil analisa *Matriks Quantitative Strategic Planning* (QSPM) menunjukkan bahwa strategi yang sebaiknya diterapkan oleh CV. Media Karya Teknoogi adalah strategi 1 atau strategi (SO) yaitu :
    1. Memperluas daerah pemasaran dengan cara promosi,iklan, dan publikasi..
    2. Meningkatkan kualitas SDM yang sudah ada demi mencapai target.
    3. Melakukan rancangan dan pengembangan produk yang bermutu tinggi.
    4. Menambah relasi untuk mendapatkan pelanggan atau konsumen baru dengan cara melakukan kerja sama dengan perusahaan lain, contohnya kerja sama dengan perusahaan penjual produk yang sama.

6.2. Saran

1. Perusahaan dapat memperluas pangsa pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui akuisisi atau *joint ventures* dengan perusahaan lain dalam industri yang sama..
2. Lebih ditingkatkan promosi suatu produk agar lebih dikenal masyarakat luas baik dengan cara iklan dimedia cetak dan elektronik dengan kualitas produk yamg dimiliki perusahaan.
3. Untuk menghadapi persaingan kualitas produk yang semakin ketat, perusahaan harus menjaga kualitas produk yang dihasilkan.
4. Perumusan strategi yang telah dikembangkan oleh peneiti hendaknya jadi bahan pertimbangan oleh pihak perusahaan atau dapat diimplementasikan dengan harapan dapat memecahkan masalah yang sedang dihadapi oleh perusahaan saat ini.