

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian ini memberikan informasi posisi strategis Universal Trading Indonesia, sehingga manajemen dapat merumuskan perencanaan strategik yang tepat bagi perusahaan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dengan menggunakan Matriks Internal Eksternal, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis faktor lingkungan internal dan eksternal menunjukkan bahwa posisi strategis Universal Trading Indonesia berada pada sel V termasuk pada posisi *medium average industry*. Sehingga pada posisi tersebut menunjukkan bahwa Universal Trading Indonesia memiliki lebih banyak peluang daripada ancaman dari lingkungan eksternal yang ada di sekitar perusahaan.
2. Alternatif strategik yang sesuai diterapkan oleh Universal Trading Indonesia untuk dapat meraih keunggulan kompetitif yang optimal adalah *hold and maintain* (bertahan dan memperbaiki). Strategi yang tepat digunakan pada posisi tersebut adalah *market penetration* dan *product development*. Universal Trading Indonesia melakukan strategi *market penetration* dengan melakukan riset pasar untuk mengetahui peluang pasar yang masih ada. Universal Trading Indonesia rutin mengikuti pameran makanan yang ada di dalam negeri maupun di luar negeri. Pameran-pameran tersebut merupakan kesempatan bagi perusahaan untuk dapat bertemu dengan *prospect customer*. Strategi *product development* merupakan salah satu strategi yang tepat saat perusahaan berada pada posisi *hold and maintain*, namun strategi ini belum dilakukan oleh Universal Trading Indonesia. Pengembangan produk yang dilakukan dengan cara menjual produk yang sama pada industri-industri baru seperti industri *shortening* dan industri farmasi. Pengembangan produk belum dilakukan karena membutuhkan pembiayaan

yang besar selain itu karena produk yang dipasarkan telah memiliki kekuatan dan masih memiliki peluang untuk dipasarkan.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Bagi akademis dan peneliti lainnya di masa mendatang, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan atau rujukan jika ingin melakukan penelitian mengenai analisis SWOT dari suatu perusahaan.

5.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diberikan saran bagi pihak manajemen sebagai berikut:

1. Disarankan kepada pihak manajemen agar melakukan pengembangan pasar baru karena Universal Trading Indonesia memiliki peluang yang besar pada pasar baru. Seperti diketahui bahwa masih terdapat banyak negara yang belum dijangkau oleh Universal Trading Indonesia. Negara besar yang berpotensi sebagai pasar baru antara lain Amerika Serikat, Australia, dan Inggris. Dimana negara itu memiliki regulasi yang ketat dan tidak mudah untuk masuk ke pasar mereka. Sehingga apabila Universal Trading Indonesia mampu untuk masuk ke pasar Amerika Serikat, Australia, dan Inggris maka Universal Trading Indonesia dapat lebih mudah masuk ke pasar negara-negara lain.
2. Disarankan kepada pihak manajemen agar menambahkan variasi produk untuk dipasarkan. Hal tersebut dikarenakan permintaan pasar yang juga semakin bervariasi. Variasi produk yang dapat ditambahkan sebagai barang komoditi untuk dipasarkan oleh Universal Trading Indonesia antara lain *anchovy cirimen*, *crab meat*, *corn grit*, dan *milk fish*. Meskipun diketahui bahwa produk-produk yang telah dipasarkan oleh Universal Trading Indonesia masih memiliki kekuatan namun Universal Trading Indonesia tetap membutuhkan adanya pengembangan produk sebagai keunggulan bersaing dari perusahaan.

3. Disarankan kepada pihak manajemen untuk melakukan analisis SWOT pada tahun 2017. Analisis tersebut dilakukan guna mengetahui kondisi perusahaan setelah menerapkan strategi yang telah disarankan. Selain itu analisis SWOT yang dilakukan juga bertujuan untuk dapat mengetahui perkembangan posisi Universal Trading Indonesia, apakah perbaikan atau penurunan pada perusahaan dari penerapan strategi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Balamuralikrishna, R., dan Dugger, J. C., 1995., SWOT Analysis: A Management Tool for Initiating New Programs Vocational Schools. *DLA Ejournal Home*, Vol 12, No.1, pp. 1–26.
- Culkin, N., Smith, D., 2000., An Emotional Business: A Guide to Understanding the Motivations of Small Business Decision Takers’, *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol 3, No.3, pp. 145-157.
- David, F. R., 2011., *Strategic Management: Concepts and Cases*. Boston: Prentice Hall.
- Dyson, R. G., 2004., Strategic Development and SWOT Analysis at The University of Warwick. *European Journal of Operational*, Vol 51, No.1, pp. 1–10.
- Hashim, MK., Abdullah, MS., 2000., Development of SME’s: Research issues and agenda. *Small and Medium Enterprises in Asian Pasific Countries*, Vol 1, pp. 193-210.
- Houben, G., Lenie, K., dan Vanhoof, K., 1999., A Knowledge-based SWOT-Analysis Systems as an Instrument for Strategic Planning in Small and Medium Sized Enterprises. *Decision Support Systems*, Vol 26, pp. 125–135.
- Hanks, G. <http://yourbusiness.azcentral.com/between-swot-matrix-grand-strategy-matrix-29065.html>
- Handoko, T. H.. 2009., *Manajemen*. Yogyakarta: BPF.
- Johnson, G., Scholes, K., dan Whittington, R., 2008., *Exploring Corporate Strategy*. 8 Edition. Boston: Prentice Hall.
- Jauch, L. R., dan Glueck, W.F., 2000., *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Karel, S., Adam, P., dan Radomir, P., 2013., Strategic Planning and Business Performance of Micro, Small and Medium-Siezed Enterprises. *Journal of Competitiveness*, Vol 5, No. 4, pp. 57–72.
- Kraus, S., Harms, R., dan Schwarz, E. J., 2006., Strategic Planning in Smaller Enterprises-New Empirical Findings. *Management Research News*, Vol 29, No.6. pp.334–344.

- Kraus, S., Reiche, B. S., dan Reschke, C. H., 2007., Implication of Strategic Planning in SME's for International Entrepreneurship Research and Practice. *European Research and Practice*, pp 110-127.
- Kuncoro, 2007., *Industri Kecil dan UMKM*. Jakarta: FE UI
- Koentjaraningrat,. 1994., *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P., 2000., *Marketing Management*, United States of America: Prentice Hall
- Moleong, L. J., 2014., *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mintzberg, H., dan Quinn, J. B., 1998. *The Strategy Process: Concepts, Contexts, Cases*. Boston: Prentice Hall.
- Moore, S. B., dan Manring, S. L., 2009., Strategy Development in Small and Medium Sized Enterprises for Sustainability and Increased Value Creation. *Journal of Cleaner Production*, Vol 17, pp. 276–282.
- Noble, C. H., 1999., The Eclectic Roots of Strategy Implementation Research. *Journal of Business Research*, Vol 45, No.2, pp. 119–134.
- Nawawi, H., 2000., *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- O'Regan, N., dan Ghobadian, A., 2002., Effective Strategic Planning in Small and Medium Sized Firms. *Management Decision*, Vol 40, No. 7, pp. 663–671.
- Ohara, O.C., 2015., Analisis Faktor Lingkungan Eksternal Dan Internal Untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada PT. Selektani Horticulture Di Surabaya.
- Pearce II, J., dan Robinson Jr, R. B., 2016., *Manajemen Strategis: formulasi, implementasi dan pengendalian*, Buku 1. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Rangkuti, F., 2000., *Business Plan: Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisa Kasus*. Jakarta: Gramedia
- Robbins, S. P., dan Coulter, M., 2010., *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Rochiati, W., 2008., *Metode Penelitian Tindakan Kelas*. Bandung: Remaja Rosda Karya

- Setyobudi, B., 2008. *Kajian Strategi Bisnis Pada Unit Instansi PT. Varia Usaha di Surabaya*.
- Undang-Undang no 20, tahun 2008. *Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*.
- Umar, Hussein, 2002., *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Website: <http://www.bps.go.id>
- Wahyudi, A. S., 2002., *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik*. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Wheelen, T. L., dan Hunger, J. D., 2012., *Strategic Management and Business Policy: Achieving Sustainability*. 13th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Wang, C., Walker, E., dan Redmond, J., 2011., Explaining the Lack of Strategic Planning in SME's : *The Importance of Owner Motivation*. Edith Cowan University Research Online, Vol 12, No. 1, pp. 1–16.
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press.