

## BAB 6

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Simpulan

Berdasarkan dari analisis hasil survei dan penelitian di P.T. Surabaya Wire dapat disimpulkan bahwa:

1. Diberlakukannya *safeguard* Paku berpengaruh terhadap masuknya produk Paku impor di lima area pemasaran P.T. Surabaya Wire.
2. Terdapat potensi untuk melakukan pengembangan produk baru pasca diberlakukannya *safeguard* Paku yaitu Paku payung dan *drywall screw*.
3. Strategi perusahaan yang dilakukan saat ini *low cost strategy*. Strategi yang dilakukan tersebut kurang tepat jika tidak diimbangi dengan strategi yang lain. Hal ini didasarkan pada awal tahun 2010 kuartal pertama 2011 tidak terjadi lonjakan penjualan yang *significant* pasca diberlakukannya *safeguard* Paku.
4. Posisi Strategis P.T. Surabaya Wire pada IE *Matrix* berada pada sel V yaitu wilayah strategi *hold and maintain* (berdasarkan skor IFE *matrix* **2,890** dan EFE *matrix* **2,598**). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan eksternalnya adalah sedang artinya peluang yang dimiliki masuk kategori sedang. Ancaman dari faktor eksternal tidak terlalu besar. Pengaruh lingkungan internal sedang, menuju kuat. Kekuatan internal organisasi dapat dipergunakan untuk mengurangi/menutupi ancaman eksternal yang ada

5. Tiga Kompetitor utama P.T. Surabaya Wire (Paku merek Super Q) adalah Paku merek Panda, Ispat dan Paku 2000. Kekuatan *key success factors* utama dari P.T. Surabaya Wire dibanding para kompetitornya adalah: kualitas produk, fleksibilitas produksi, kelengkapan ukuran Paku, pangsa pasar dan loyalitas konsumen.
6. Strategi utama berdasarkan QSPM adalah yang dapat dilakukan P.T. Surabaya Wire adalah :
  1. Melakukan penetrasi pasar
  2. Melakukan pengembangan produk (Paku payung dan *drywall screw*)

Dua strategi ini akan bersinergi dengan strategi lama perusahaan (*low cost strategy*)

## 6.2 Saran

Dengan melakukan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk, dapat disarankan kepada P.T. Surabaya Wire beberapa hal sebagai berikut:

1. Produk baru yang masih *related* dengan produk lama adalah Paku payung dan *drywall screw*, sehingga perlu dikembangkan dua produk baru tersebut dengan segera, mengingat *safeguard* hanya berlangsung selama 3 tahun (jika tidak diperpanjang).
2. Mengingat kapasitas terpakai di P.T. Surabaya Wire masih 67% dari kapasitas terpasang maka volume penjualan dapat dilakukan dengan melakukan penetrasi pasar dengan cara menaikkan omset para pelanggan khususnya di daerah lain seperti di luar Jawa Timur seperti Jawa Tengah dan di luar pulau Jawa seperti pulau Kalimantan dan Sulawesi serta menaikkan tenaga penjualan dengan menunjuk para distributor Paku baru ditempat area

pemasaran yang ada yaitu di Jawa Tengah, di Kalimantan dan di Sulawesi ditambahkan masing-masing 1 distributor baru.

3. Perlu ditambahkan satu struktur fungsional pada struktur organisasi P.T. Surabaya Wire di bawah departemen *marketing* yaitu seksi pengembangan produk baru yang berfungsi untuk menangani pengembangan produk baru, melakukan riset maupun antisipasi terhadap perubahan selera konsumen serta mendapatkan potensi diversifikasi produk di pasaran.
4. Menjalankan program *marketing* sehubungan dengan loyalitas pelanggan dengan cara sering mendatangi distributor, toko dengan memberikan *reward* kepada mereka berdasarkan pencapaian omset penjualan tertentu.
5. Kualitas produk terus ditingkatkan, hal ini terbukti pada hasil survei di lima area pemasaran P.T. Surabaya Wire bahwa pilihan utama toko di dalam menentukan produk Paku adalah kualitas Paku yang baik.
6. Produk inovasi produk yang telah dilakukan Briket Arang perlu dicarikan saluran distribusi yang lain berdasarkan hasil survei yang dilakukan (pada jawaban pertanyaan 10 dihalaman 72), saran yang diberikan adalah jalur distribusi diarahkan kepada pemasok arang kayu dan pelaku industri yang menggunakan bahan bakar kayu/arang seperti industri tahu tempe, pengecoran timah, penggorengan kerupuk dan sebagainya.
7. Terus-menerus melakukan inovasi proses produksi, inovasi sistem dan produk adalah kunci perusahaan untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Dengan sumber daya yang ada, P.T. Surabaya Wire harus terus menerus inovasi tersebut sehingga akan meningkatkan daya saing perusahaan dibanding kompetitor guna mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustainable*) di industri Paku dan Kawat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ball, D. A., McCulloch, W. H. (2000). *Bisnis Internasional (7th ed)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Booz, A., Hamilton., (1982). *New Products Management for the 1980s*. New York: Booz, Allen & Hamilton Inc.
- Cooper, R.G., (2001). *Winning at New Products ; Accelerating the Process from Idea to Launch (3rd ed )*. Massachusetts: Perseus Publishing Cambridge.
- Christensen, R., Berg, N., Salter. M., (1976). *Policy Formulation and Administration*. Homewood, IL: Irwin.
- Data Impor Paku Asal Negara. (2009). *Impor Paku Asal Negara 2005-2008*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Daftar Perusahaan Kawat dan Paku. (2006). *Gap Besi Directory 2006-2007*. Jakarta: Gabbesi.
- Data Serbuan Paku Impor. ( [Http:// beritasore.com/2009/08/05/ippaki-desak-Menkeu –  
keluarkan-safeguard-Paku-impor/al](http://beritasore.com/2009/08/05/ippaki-desak-Menkeu-keluarkan-safeguard-Paku-impor/al). Di akses 20 Agustus 2010).
- Data GNP Indonesia. ([Http:// www. Internationaltrade.suite101.com/ article. cfm/  
richest\\_asian\\_countries](http://www.internationaltrade.suite101.com/article.cfm/richest_asian_countries). Di akses 5 Januari 2011).
- Data Pendapatan Perkapita Bruto 2009-2011. (2011). *Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia Mei 2011*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Data Jumlah Penduduk Indonesia. (<http://www.datastatistik-indonesia.com/component>.  
Di akses 5 Januari 2011).
- David, F., (2009). *Strategic Management, (12<sup>th</sup> ed)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Drucker. P. F., (1993). *Management; Tasks, Responsibilities, & Practices*. New York: Harper And Row.
- Ellitan, L., (2008). *Manajemen Operasi Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Johnson, G., Scholes, K., Whittington, R., (2005). *Exploring Corporate Strategy. (7th ed)*. U.K: Pearson Education.
- Jumlah Penduduk Indonesia. BPS. ([Http://WWW.datastatistik-Indonesia.com](http://WWW.datastatistik-Indonesia.com). Di akses  
27/8/2010).
- Kebutuhan Produk Paku di Indonesia. ([Http://WWW.Krakatausteel.com/home.php/forum](http://WWW.Krakatausteel.com/home.php/forum).  
Di akses 27/8/ 2010).

- Kotler, P., (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., (1999). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Koentaraningrat., (1994). *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: P.T. Gramedia Pustaka Utama.
- Minstzberg, H., Quinn, J. B., (1995). *The Strategy Process*. New Jersey: Prentice Hill International Inc.
- Porter, M.E., (2007). *Competitive Strategy*. (Surtanto,S., penerjemah). Tangerang: Karisma Publishing Grup. (Buku asli diterbitkan tahun 1998).
- Poernomo, S dan Zulkiefilimansyah., (2007). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- P.T. Surabaya Wire. (2009). *Manual Mutu: MM-01*. Gresik. *Central Documet Control*. Gresik: Q.A. P.T. Surabaya Wire.
- P.T. Surabaya Wire. (2009). *Survei Kustomer Produk Kawat dan Paku 2006-2008*. Gresik: P.T. Surabaya Wire.
- Salvatore, D., (2004). *Managerial Economics In A Global Economy*. (Fifth Ed). New York: Thompson South-Western.
- Samson, D., (1991). *Manufacturing and Operation Strategy*. Melbourne: Prentice Hall.
- Sekretaris Negara, (2002). *Kepres R.I. Nomor 84 Tahun 2002, Tentang Tindakan Pengamanan Industri Dalam Negeri dari Akibat Lonjakan Impor*. Jakarta: Sekretaris Negara.
- Sekretaris Negara, (1994). *Penjelasan Atas UU no 7 Th 1994, Tentang Persetujuan WTO*. Jakarta: Sekretaris Negara.
- Schumpeter, J. A., (1930). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. London: Routledge.
- SNI. (1999). *Standar Nasional Indonesia (SNI): Paku 08-0323-1999*. Jakarta: Badan Standarisasi Nasional (BSN).
- Stigler, G. (1971), *The Theory of Economic Regulation*. *Bell Journal of Economics and Management Science* 3. Chicago: Rand Corporation.
- Swamidass, P.M., (1987). *Planning for Manufacturing Technology*. New York: McGraw-Hill. Inc.
- Thomas, R.J., (2000). *New Product Development: Managing and Forecasting for Strategic Success*. New York: Wiley.

Thomson, Arthur A.Jr., dan A.J Stickland III., (1987). *Strategic Management Concept And Cases*. Boston: Irwin.

Umar, H., (2002). *Strategi Manajemen in Action*. Jakarta: P.T. Gramedia Pustaka Utama.