

BAB V

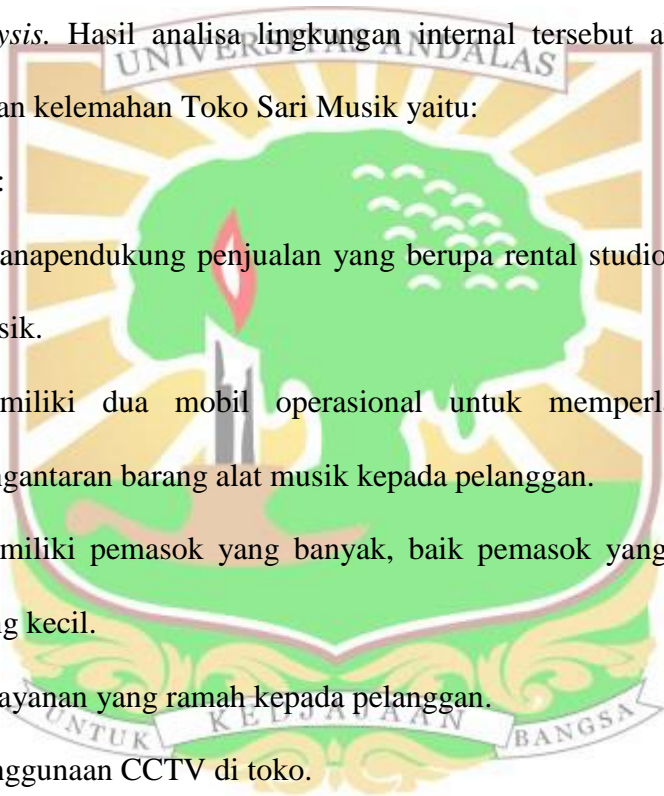
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Untuk menganalisa lingkungan perusahaan, akan dibagi menjadi lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal menggunakan pendekatan *value chain analysis* sedangkan lingkungan eksternal menggunakan pendekatan *five force analysis*. Hasil analisa lingkungan internal tersebut akan didapatkan kekuatan dan kelemahan Toko Sari Musik yaitu:

Kekuatan :

- a. Saranapendukung penjualan yang berupa rental studio dan les kursus musik.
- b. Memiliki dua mobil operasional untuk memperlancar kegiatan pengantaran barang alat musik kepada pelanggan.
- c. Memiliki pemasok yang banyak, baik pemasok yang besar maupun yang kecil.
- d. Pelayanan yang ramah kepada pelanggan.
- e. Penggunaan CCTV di toko.
- f. Sari Musik merupakan pionir usaha penjualan alat musik di kota Padang.
- g. Harga barang dapat ditawar.
- h. Memberikan paket penjualan.
- i. Konsumen dapat mencoba menggunakan alat musik yang akan dibeli di dalam studio musik.



- j. Varian produk yang ditawarkan banya.
- k. Memiliki teknologi pembayaran berupa EDC (Electronic Data Capture)
- l. Memiliki *Sales Marketing* yang bertugas memberikan informasi produk kepada pelanggan.

Kelemahan :

- a. Produk mudah ditiru oleh pesaing utama
- b. Showroom untuk menampilkan produk terbilang sempit
- c. Tidak ada sumber daya manusia yang berupa tenaga ahli pembuatan alat musik
- d. Pencatatan akuntansi yang tidak terstruktur
- e. Struktur manajemen yang tidak terstruktur

Hasil analisa lingkungan eksternal tersebut akan didapatkan peluang dan ancaman yang dihadapi Toko Sari Musik yaitu:

Peluang :

- a. Perkembangan usaha penjualan alat musik terbilang cepat
- b. Pemandang baru sulit masuk industri karena membutuhkan modal yang besar
- c. Pelanggan tetap yang tersebar didalam Kota Padang dan luar Kota Padang
- d. Tidak ada pengaruh signifikan dari produk substitusi

Ancaman :

- a. Konsumen dalam industri sangat sensitif akan harga

- b. Persaingan yang ketat
 - c. Ancaman produk substitusi
2. Dari analisis SWOT, dengan memberikan *scoring* pada faktor internal dan eksternal yang disusun pada diagram SWOT, diperoleh hasil bahwa Toko Sari Musik berada pada sel 1. Artinya adalah strategi yang tepat untuk Toko Sari Musik adalah strategi SO yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal yang dimiliki untuk memaksimalkan peluang eksternal yang ada. Kebijakan yang dapat dilakukan oleh Toko Sari Musik pada strategi ini adalah:

- a. Meningkatkan penjualan produk melalui varian produk, sarana pendukung penjualan, dan *sales marketing*.
- b. Memperluas daerah penjualan dengan memaksimalkan atau menambah transportasi yang ada.
- c. Meningkatkan promosi produk seiring tingginya minat masyarakat terhadap alat musik
- d. Meningkatkan hubungan kerja sama dengan distributor suatu merek seperti *efek gitar*, *wireless gitar*, *mic drum* dan lainnya dimana produk tersebut tidak ada dijual di kota Padang dan di luar kota Padang

Strategi agresif yang dapat dilakukan oleh Toko Sari Musik adalah integrasi ke belakang, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Strategi integrasi ke belakang yang dapat dilakukan oleh Toko Sari Musik adalah mengupayakan kendali yang besar atas pemasok perusahaan. Strategi agresif yang kedua yang dapat dilakukan oleh Toko Sari Musik adalah strategi pengembangan pasar.

Selanjutnya Toko Sari Musik dapat melakukan strategi pengembangan produk untuk menambah jenis produk yang dijual.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini hanya melakukan analisa terhadap satu perusahaan saja. Dibutuhkan satu penelitian terhadap pesaing terdekat untuk mendapatkan pembandingan dalam menjalankan strategi bersaing dalam industri. Alat analisa yang digunakan hanya analisis SWOT, sedangkan masih banyak alat analisa lainnya seperti BCG, matriks IE, dan lainnya.

5.3 Implikasi Penelitian

Penelitian ini mendeskripsikan lingkungan internal dan lingkungan eksternal Toko Sari Musik. Lingkungan internal dianalisa dengan mengidentifikasi rantai nilai pada Toko Sari Musik, sedangkan lingkungan eksternal dengan menggunakan pendekatan *five forces analysis* untuk memperlihatkan kondisi persaingan dalam industri.

Dari analisis rantai nilai didapatkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Toko Sari Musik. Kekuatan utama yang dimiliki oleh Toko Sari Musik adalah jumlah varian produk yang ditawarkan banyak sehingga bisa mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Sarana pendukung penjualan yang dimiliki berupa les kursus musik dan studio musik, sales marketing untuk memberi informasi produk yang ditawarkan secara efektif.. Kelemahan utamanya adalah produk yang mudah ditiru oleh pesaing. Hal ini dapat diminimalisir dengan melakukan pengembangan produk dengan menjual

produk tambahan seperti efek gitar, wireless gitar, mic drum, dan lainnya yang dimana belum ada dijual di kota Padang

Peluang utama dari Toko Sari Musik adalah perkembangan pasar penjualan alat musik di Kota Padang yang cepat. Tingginya minat masyarakat terhadap alat musik dari individu sampai dengan kalangan institusi. Hal ini harus direspon oleh Toko Sari Musik dengan meningkatkan stok barang agar ketersediaan akan barang selalu aman. Dan ini juga didukung oleh pemasok yang banyak dan mobil operasional yang tersedia. Ancamannya adalah sensitifitas harga yang dimiliki oleh konsumen. Ancaman ini dapat dihindari dengan memaksimalkan pelayanan yang dilakukan oleh Toko Sari Musik untuk menciptakan loyalitas pada pelanggan.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah saran-saran praktis dan teoritis yang dapat disampaikan:

1. Bagi Toko Sari Musik

Diharapkan kepada Toko Sari Musik agar dapat menggunakan strategi *agresif* untuk mempertahankan posisi dalam persaingan, yaitu:

- Strategi integrasi ke belakang dengan melakukan kerja sama dengan pemasok untuk menjadi distributor utama suatu merek
- Strategi pengembangan pasar dengan membuka toko cabang diluar Kota Padang dengan tujuan mengefektifkan dan mempermudah distribusi barang kepada pelanggan diluar Kota Padang

- Menambah jenis produk yang dijual berupa produk-produk tambahan seperti *efek gitar*, *wireless gitar*, *mic drum* dan lainnya
- Meningkatkan penjualan produk dengan tetap menambah varian produk, mempertahankan sarana pendukung penjualan dan memaksimalkan *sales marketing*
- Menambah mobil transportasi untuk memudahkan kegiatan operasional
- Meningkatkan promosi produk melalui siaran TV lokal di Sumatra Barat
- Meningkatkan hubungan kerja sama dengan distributor suatu merek seperti *efek gitar*, *wireless gitar*, *mic drum* dan lainnya dimana produk tersebut tidak ada dijual di kota Padang dan di luar kota Padang

2. Bagi penelitian selanjutnya

- a. Disarankan untuk melakukan replikasi penelitian pada bidang usaha dan daerah lain dengan fenomena yang menarik untuk diteliti.
- b. Disarankan untuk menggunakan alat analisis lainnya agar mendapatkan hasil yang lebih akurat.