

BAB V

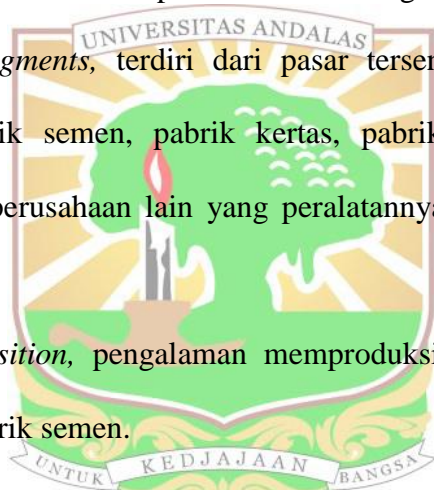
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

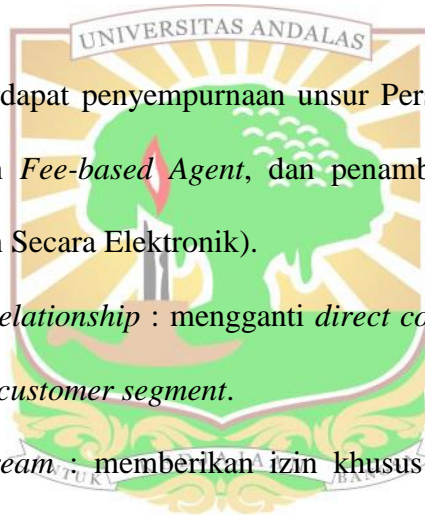
Berdasarkan hasil pembahasan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Unsur-unsur yang menyusun tiap elemen dari 9 (sembilan) elemen dalam Model Bisnis Kanvas Unit Workshop PT Semen Padang adalah:

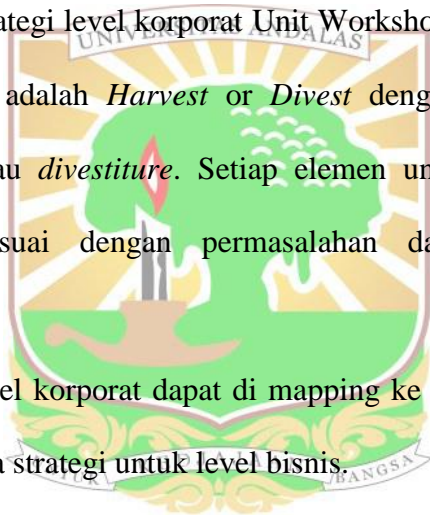
- a. Elemen *Customer Segments*, terdiri dari pasar tersendiri di internal PT Semen Padang, pabrik semen, pabrik kertas, pabrik pengolahan CPO, tambang, PLN dan perusahaan lain yang peralatannya *typical* dengan PT Semen Padang.
- b. Elemen *Value Proposition*, pengalaman memproduksi peralatan-peralatan pabrik, khususnya pabrik semen.
- c. Elemen *Channel*, terdiri dari *Online* dan *Direct Communication*.
- d. Elemen *Customer Relationship*, terdiri dari after sales service cukup baik
- e. Elemen *Revenue Stream* terdiri dari penjualan barang barang yang di hasilkan, dan keuntungan dari perkerjaan.
- f. Elemen *Key Resources*, terdiri dari SDM berpengalaman, fasilitas / peralatan
- g. Elemen *Key Activities*, terdiri dari kerja sama tim cukup bagus dan mempunyai sertifikasi untuk memfabrikasi peralatan-peralatan khusus
- h. Elemen *Key Partners*, terdiri dari PT Semen Padang, vendor barang dan vendor jasa.



- i. Elemen *Cost Structure*, terdiri dari biaya produksi, biaya penjualan, biaya administrasi & umum dan biaya penyusutan.
2. Unsur yang menyusun tiap elemen dari 9 (sembilan) elemen dalam Model Bisnis Kanvas Unit Workshop PT Semen Padang setelah analisis SWOT adalah:
 - a. Elemen *Customer Segments* terdapat penambahan segment Government.
 - b. Elemen *Value Proposition* terdapat penciptaan produk unggulan, karena merupakan workshop satu satunya di Sumatera yang memiliki produk yang unik.
 - c. Elemen *Channel* terdapat penyempurnaan unsur Personal menjadi *Direct Communication* dan *Fee-based Agent*, dan penambahan channel LPSE (Layanan Pengadaan Secara Elektronik).
 - d. Elemen *Customer Relationship* : mengganti *direct communication* dengan *Account Officer* per *customer segment*.
 - e. Elemen *Revenue Stream* : memberikan izin khusus untuk fabrikasi dan konstruksi proyek strategis Semen Indonesia Group (SIG).
 - f. Elemen *Key Resources* : melakukan investasi peralatan baru dan kalibrasi peralatan yang ada.
 - g. Elemen *Key Activities* menambahkan fasilitas *engineering*, R &D.
 - h. Elemen *Key Partners* : menggunakan konsultan untuk melakukan tindakan perbaikan kinerja unit Workshop.



- i. Elemen *Cost Structure* : melakukan re-lokasi sebahagian peralatan utama ke Banten/Jabar untuk dekat dengan sumber bahan baku dan pasar sehingga biaya akan lebih murah.
3. Respon perusahaan terhadap faktor eksternal dari table EFAS (External Factor Analysis) Posisi berada pada kuadran I, II dan IV dimana strategi yang sesuai adalah intensif (market penetration, market development dan product development) atau integration (backward integration, forward integration dan horizontal integration)
4. Tema Strategis untuk strategi level korporat Unit Workshop PT Semen Padang setelah analisis SWOT adalah *Harvest or Divest* dengan *implied strategy* berupa *retrenchment* atau *divestiture*. Setiap elemen unit memiliki strategi yang berbeda-beda sesuai dengan permasalahan dan implikasi yang dimilikinya.
5. Tidak semua strategi level korporat dapat di mapping ke dalam Model Bisnis Kanvas yang berada pada strategi untuk level bisnis.



5.2 Implikasi

Dari hasil kesimpulan terhadap Model Bisnis Kanvas Unit Workshop PT Semen Padang melalui pendekatan analisis SWOT maka tindakan manajerial dan rekomendasi kebijakan yang dapat diimplementasikan adalah sebagai berikut:

1. Level Korporat
 - a. Melakukan aliansi strategis dengan strategi Semen Indonesia Grup untuk bisnis non semen.

- b. Manajemen PT Semen Padang mengizinkan untuk menjual kelebihan kapasitas Unit Workshop, dari point ini dapat diketahui bahwa manajemen sangat mensupport setiap usaha yang bisa memanfaatkan sumber daya untuk mendatangkan pendapatan bagi PT Semen Padang.
- c. Pembangunan infrastruktur yang cukup pesat saat ini seperti penyelesaian pembangunan jalan tol sumatera, dengan terbukanya akses jalan sudah diyakini akan diikuti oleh berdirinya sentra-sentra industri baru yang akan memberi peluang baru untuk bisnis fabrikasi dan konstruksi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini membahas tentang Model Bisnis Kanvas yang merupakan strategi pada level bisnis. Walaupun tetap dilakukan sinkronisasi dengan strategi di level korporat, penelitian ini tidak membahas strategi di level korporat maupun di level operasional secara spesifik.



5.4 Saran Penelitian Selanjutnya

Dalam penyusunan strategi perusahaan terdapat berbagai metode lainnya yang dapat memperkaya metoda analisis SWOT, seperti Competitive Profile Matrix (CPM), Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix, Boston Consulting Group (BCG) Matrix, Grand Strategy Matrix maupun Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).