

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

CV. Anggun Pratama merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan ikan dan pakan ikan dan juga memiliki usaha budidaya ikan keramba jaring apung di perairan Waduk Cirata. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam perdagangan dan agrobisnis perikanan, perusahaan berada dalam situasi lingkungan bisnis yang cukup fenomenal. Kondisi lingkungan yang cukup dinamis dan cepat berubah merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi perusahaan demi menjaga keberlangsungan hidup perusahaan dan juga untuk merumuskan suatu misi dan visi pengembangan perusahaan di masa yang akan datang. Dalam mewujudkan semua tujuan ini, perusahaan selayaknya benar-benar mengerti keadaan lingkungan industri yang dimasuki dan berusaha untuk mengidentifikasi segala kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Hasil dari identifikasi ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam membenahi diri perusahaan, dengan mengoptimalkan segala kekuatan dan peluang yang ada dan juga membenahi kelemahan dan ancaman yang ada.

Hasil analisis terhadap lingkungan usaha menunjukkan bahwa lingkungan eksternal memberikan beberapa peluang bagi perusahaan diantaranya : peningkatan konsumsi ikan mas oleh pertumbuhan penduduk, perubahan pola konsumsi masyarakat, pengembangan usaha produk olahan, kemajuan teknologi, peningkatan volume penjualan, kekuatan daya tawar-menawar perusahaan yang kuat, pengalaman perusahaan yang cukup banyak dan tidak adanya produk substitusi yang sempurna. Sedangkan ancaman bagi perusahaan

adalah peningkatan biaya produksi, pembatasan wilayah pemasaran, keadaan lingkungan (ekologi) Waduk Cirata yang kritis, daya tawar-menawar pelanggan yang kuat, keinginan pelanggan dalam hal peningkatan jumlah, warna, waktu pengiriman, dan ukuran serta kemungkinan masuknya ancaman pendatang baru. Sementara dalam lingkungan internal perusahaan, kekuatan yang dimiliki perusahaan adalah aktifitas usaha secara operasional dan administratif berjalan cukup baik, keterikatan antar divisi perusahaan dalam membentuk struktur organisasi yang kuat, status perusahaan sebagai agen pakan, hubungan kerja sama yang baik antara perusahaan dengan petani inti dan petani bebas, umur perusahaan yang sudah cukup lama, daerah pemasaran yang cukup luas dan kekuatan permodalan perusahaan yang sebagian besar merupakan modal sendiri. Adapun yang merupakan kelemahan adalah tidak adanya hubungan kerja sama khusus perusahaan dengan pemasok benih, perusahaan tidak aktif dalam mengikuti pameran atau seminar agrobisnis, ketergantungan perusahaan terhadap bandar sangat kuat, pembagian kerja (*job description*) dalam masing-masing divisi masih belum jelas, dan kualitas karyawan manajemen masih kurang.

Berkaitan dengan identifikasi terhadap aspek eksternal dan internal perusahaan, untuk dapat mengembangkan unit usaha perusahaan, maka perusahaan perlu merumuskan strategi pemasaran yang ditinjau dari strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Berdasarkan strategi yang dilihat dari 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) maka strategi yang diusulkan adalah :

1. Strategi Produk :

- a. Penganekaragaman penjualan jenis ikan.

- b. Penyempurnaan pelayanan terhadap pelanggan dalam memenuhi kriteria permintaan bandar.
  - c. Meningkatkan kerja sama dengan petani inti dan petani bebas.
  - d. Tetap mempertahankan produk yang berkualitas.
2. Strategi Harga :
- a. Mempertahankan strategi harga saat ini (harga sesuai harga yang berlaku di pasar).
  - b. Menetapkan syarat-syarat pembayaran.
  - c. Memberikan potongan harga bagi pelanggan yang setia dan berloyalitas tinggi.
3. Strategi Distribusi :
- a. Pemberian intensif kepada bandar.
  - b. Meningkatkan kerja sama dengan bandar yang dapat dipercaya dan berloyalitas tinggi.
  - c. Selektif terhadap pemilihan bandar.
  - d. Meningkatkan peran bandar untuk melakukan *market intelligence*.
  - e. Membangun saluran pemasaran sendiri.
4. Strategi Promosi :
- a. Aktif mengikuti berbagai pameran dan seminar agrobisnis.
  - b. Mulai menetapkan anggaran untuk promosi setiap tahun.
  - c. Mempertahankan strategi kunjungan ke beberapa bandar dan meningkatkan peran bandar yang sudah ada untuk melakukan promosi

## 5.2 Saran

- 1) Perusahaan perlu mengurangi ketergantungan terhadap bandar, hal ini dapat dilakukan dengan pembukaan / pemilikan saluran pemasaran sendiri. Perusahaan dalam hal ini perlu mempertimbangkan sumber daya finansial perusahaan dengan melakukan studi kelayakan usaha.
- 2) Perusahaan perlu meningkatkan kapasitas produksi, misalnya dengan peningkatan kinerja divisi kolam perusahaan, peningkatan hubungan kerja sama dengan petani inti dan juga petani bebas dan memperkuat hubungan dengan pemasok benih dan pakan. Cara lain ditempuh dengan membuka usaha baru pembibitan (*hatchery*) untuk memperkuat penyediaan bahan baku. Untuk hal ini diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai studi kelayakan usahanya.
- 3) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dapat dilakukan dengan merestrukturisasi organisasi perusahaan, melakukan pelatihan / training, mengikuti seminar dan menambah jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan.
- 4) Perusahaan hendaknya lebih memperkuat modal perusahaan, misalnya dengan memanfaatkan bantuan kredit dari lembaga keuangan / perbankan. Hal ini dilakukan untuk memperkuat sumber daya finansial perusahaan terutama untuk mewujudkan saran-saran diatas