

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pada hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari analisis faktor lingkungan internal dan eksternal dengan menggunakan analisis SWOT maka perusahaan Rotan Keren memiliki kekuatan diantaranya bahan baku yang digunakan perusahaan menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi yaitu kayu mahoni, model yang unik, selalu menjaga kualitas produk, perusahaan mengadakan analisis pelanggan, adanya saluran distribusi pemasaran, mempunyai struktur organisasi yang baik, adanya perencanaan, pengendalian dalam menjalankan usaha, pemanfaatan tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman, dan selalu memberi motivasi kepada karyawannya. Kelemahan yang dimiliki adalah bahan baku jika musim hujan sulit untuk ditemukan, sistem keuangan belum menggunakan computer, dan modal masih terbatas. Peluang perusahaan adalah perusahaan sudah mendaftarkan pada pemerintah setempat untuk perizinan usahanya, kondisi ekonomi saat ini dalam keadaan baik, teknologi perusahaan lebih mutakhir dibanding perusahaan lain, bisa dikoleksi untuk semua kalangan, kepuasan pelanggan yang terwujud dengan harga yang ditetapkan, hubungan yang terjalin baik antara pemasok dengan perusahaan. Sedangkan yang menjadi ancaman bagi perusahaan rotan sintetis adalah munculnya pesaing baru, adanya persaingan sesama industry, dan adanya produk pengganti rotan sintetis. Perusahaan Nita Rotan, Seni Rotan, Andi Rotan dan Intan Rotan mereka memiliki kelemahan yang sama yaitu tidak adanya pengorganisasian dan kurang bervariasi terhadap produk yang mereka buat.
2. Strategi bersaing dalam penerapan keunggulan kompetitif yang digunakan perusahaan Rotan Keren adalah strategi bersaing diferensiasi. Diferensiasi yang dilakukan oleh perusahaan adalah menciptakan produk yang menarik dengan menggunakan bahan baku rotan sintetis, berbeda dengan perusahaan lain yang hanya membuat produk yang dibidang sudah terlalu pasaran. Selain itu Diferensiasi juga terletak pada bidang teknologi, perusahaan rotan sintetis mempunyai teknologi yang lebih mutakhir dibandingkan dengan perusahaan

rotan sintetis lainnya. Strategi yang diterapkan selama ini oleh perusahaan Nita Rotan adalah strategi fokus pada segmentasi yang dimiliki perusahaan yakni segmen pasar premium. Perusahaan juga mengutamakan efisiensi produksi dan kualitas produk. Dilihat dari variasi produk yang dimiliki perusahaan belum banyak namun kualitasnya yang cukup tinggi sehingga perusahaan dari luar kota mengambil produk sintetis nya ke Nita rotan. Strategi pemasaran yang selama ini digunakan perusahaan adalah strategi pemasaran terjun langsung ke pasar untuk memberikan pendekatan yang baik. Biasanya perusahaan Nita Rotan mengirim produknya ke Surabaya, Lampung, Kalimantan dan Sumatera. Strategi yang dipakai perusahaan Seni Rotan, Andi Rotan dan Intan Rotan adalah strategi Fokus. Karena mereka fokus kepada konsumen yang mereka tuju. Dan mereka memfokuskan produknya ke toko yang bekerja sama dengan usaha mereka.

## **B. Saran**

Saran yang disampaikan oleh peneliti untuk perusahaan rotan sintetis adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan Rotan sintetis telah mempunyai kekuatan, antara lain bahan baku yang digunakan menggunakan bahan baku yang berkualitas yaitu kayu mahoni dan rotan sintetis, dan perusahaan selalu menjaga kualitas produk. Namun demikian kekuatan tersebut perlu untuk terus dipelihara, diperkuat dan dioptimalkan sehingga tetap dapat unggul disbanding dengan pesaing.
2. Meskipun strategi diferensiasi telah berhasil perusahaan harus tetap selalu melakukan pengamatan terhadap perkembangan yang terjadi di industry rotan sintetis agar lebih kreatif dan inovatif lagi dalam melakukan penerapan strategi dan pengembangan produk agar produknya tetap eksis dan laku di pasaran, karena jika strategi diferensiasi gampang ditiru oleh pesaing maka produknya menjadi tidak unik lagi.