

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

- 1) Dari hasil analisa Industri PoC Thome test memberikan kesimpulan bahwa pasar PoC Thome test Indonesia masih sangat layak (*feasible*) untuk di masuk oleh merek-merek baru, khususnya untuk segmen *end user* kelas menengah-bawah (*middle to low segment*) dengan *key success factor* harga yang kompetitif dan pelayanan pelanggan (*customer support*).
- 2) Dari hasil analisa BMC para pesaing utama (*main competitor*) yang dibuat matrik BMC-nya, didapat perbandingan BMC antar pesaing utamanya, memberikan kesimpulan bahwa BMC sebagian besar para pesaing utamanya pada umumnya lemah di *Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Key Resources, Key Activities* dan *Key Partnership*.
- 3) Dari hasil analisa SWOT PT. TPM, didapat kesimpulan bahwa kekuatan (*strength*) ditambah dengan peluang pasar (*market opportunity*) yang menjanjikan maka kondisi (*Strength+opportunity*) ini merupakan sinyal positif bagi PT. TPM

untuk masuk ke pasar PoC *Thome test* Indonesia untuk mengambil peluang yang ada.

- 4) Bermodalkan data-data analisis industri, analisa BMC pesaing utama dan analisa SWOT PT.TPM, maka dapat di formulasikan BMC PT.TPM, dengan membuat setiap elemen BMC lebih baik dari sebagian besar pesaing utama.
- 5) Berdasarkan BMC PT.TPM yang sudah di formulasi ini, maka BMC ini dapat dijadikan acuan dan di implementasikan oleh manajemen PT.TPM dalam menjalankan bisnisnya.

5.2.SARAN

- 1) Mengingat setiap tahun pasar (*market*) selalu tumbuh (*growth*), pesaing-pesaing baru bermunculan (*threat of new entrants*) dan pesaing lama hilang, hadirnya produk-produk dengan inovasi dan teknologi baru, perubahan kebijakan pemerintah (*regulator*), terjadinya perubahan kekuatan daya tawar pembeli (*bargaining power of buyer*), adanya perubahan daya tawar produsen (*bargaining power of supplier*) serta perubahan persaingan (*rivalry among existing competitors*), yang merubah industri PoC *Thome test* ini, maka manajemen PT.TPM harus mengevaluasi dan merevisi BMC-nya.
- 2) Sebagai konsekuensi terjadinya perubahan pasar industri PoC *Thome test* ini para pesaing akan menyesuaikan perkembangan yang ada,

sehingga matrik BMC kompetisi akan berubah, maka manajemen PT.TPM harus mengevaluasi dan merevisi BMC-nya secara periodik.

- 3) Dinamika perubahan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) dan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) perlu dicermati oleh manajemen PT.TPM untuk mengevaluasi dan merevisi BMC-nya
- 4) Dengan demikian manajemen PT.TPM perlu untuk mengevaluasi dan merevisi BMC-nya sesuai dengan perubahan lingkungan bisnis, pesaing dan dinamika perubahan EFAS dan IFAS.
- 5) Untuk penelitian lanjut diperlukan mempelajari perilaku konsumen (*customer behavior*) sehingga bisa memformulasi BMC perusahaan dengan lebih baik.