

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Lingkungan BMD *Training Centre*

Berdasarkan penelitian ini didapatkan gambaran terkait kondisi lingkungan BMD *Training Centre* sebagai berikut:

I. Lingkungan Eksternal

1. Lingkungan Umum

- Faktor Demografi

Bertambahnya jumlah investor yang menanamkan modalnya di Indonesia dari tahun ke tahun terus meningkat. Hal ini berdampak pada terbukanya kawasan kawasan industri dan pemukiman yang baru. Dimana seiring dengan kenaikan hal tersebut diatas, maka akan berdampak juga terhadap kebutuhan jasa pelatihan sebagai bentuk program peningkatan kualitas SDM organisasi. Jika potensi ini tersebut dapat dimanfaatkan dan dipenuhi dengan maksimal oleh BMD *Training Center* maka akan meningkatkan *demand* terhadap jasa pelatihan.

- Faktor Ekonomi

Saat ini banyak peluang yang diakibatkan dari kondisi dan kebijakan ekonomi Indonesia, salah satunya MEA. MEA adalah salah satu kebijakan yang memberikan dampak terhadap

meningkatkan kebutuhan masyarakat dari sisi kompetensi dan keahlian. Dimana warga negara yang bergabung dalam MEA, membebaskan warga negaranya untuk bekerja di negara-negara anggota MEA. Disinilah peran lembaga pelatihan, dengan lembaga pelatihan kebutuhan pengembangan kompetensi dan keahlian bisa dipenuhi. Ini adalah peluang bagi para industri jasa pelatihan untuk terus mengembangkan program-programnya pelatihannya sesuai dengan kebutuhan jaman. Sehingga peningkatan SDM dan daya saing masyarakat sebuah negara dapat meningkat.

- Faktor Politik dan Hukum

Hubungan yang baik antara pemerintah dan pengusaha mendorong berbagai banyak kerja sama di bidang perekonomian. Salah satunya berdampak kepada minat berinvestasi yang terus bertambah dari negara-negara luar ke Indonesia. Oleh karena itu kepastian dan kestabilan politik dan hukum sangat diperlukan perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakan jangka pendek ataupun panjang.

- Faktor Sosial Budaya

Faktor sosial dan budaya adalah salah satu faktor strategis yang harus diperhatikan, sifatnya yang dinamis mudah berubah dengan cepat harus disikapi dengan cermat oleh perusahaan. Sehingga kebutuhan-kebutuhan yang dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya di masyarakat bisa direspon dengan cepat dan tepat.

- Faktor Teknologi

Pertumbuhan teknologi yang cepat dan semakin canggih saat ini memberikan pengaruh besar kedalam tatanan hidup manusia saat ini. Untuk bisa tumbuh dan tetap eksis perusahaan harus bisa beradaptasi dan memanfaatkan teknologi untuk melayani dan mendekati pelanggan.

- Faktor Global

Bergantungnya Indonesia dengan kondisi global, merupakan ancaman serius bagi para pengusaha apabila terjadi kondisi-kondisi buruk yang tidak diinginkan. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk terus mengamati dan menganalisis iklim dunia global sebagai dasar dalam mengambil kebijakan jangka pendek dan jangka panjang.

2. Lingkungan Industri

- Persaingan Sesama Perusahaan Sejenis

Melihat kebutuhan jasa pelatihan yang akan terus berkembang, tidak ragu lagi munculnya lembaga-lembaga pelatihan baru akan terus bermunculan dan tentunya ini akan menjadi tantangan besar yang harus dihadapi. Oleh karena itu sangat penting bagi lembaga pelatihan untuk terus berinovasi meningkatkan kualitas standar pelayanan, sarana dan prasarananya.

- **Hadirnya Pendatang Baru**

Kebutuhan pengembangan SDM yang terus meningkat, adalah pemicu akan bermunculannya lembaga lembaga pelatihan yang baru. Bagi lembaga pelatihan yang sudah ada, ini adalah tantangan yang harus dihadapi, caranya adalah dengan terus berinovasi agar bisa menjadi beda dengan yang lain.

- **Pengembangan Produk Substitusi**

Meskipun tantangan ini sangat kecil pengaruhnya pada industri jasa pelatihan, namun bukan berarti harus disepelekan. Jika produk substitusi yang dapat modifikasi atau dijadikan sebagai pendukung lembaga pelatihan tentunya akan lebih menyempurnakan pelayanan yang diberikan.

- **Kekuatan Tawar Menawar Pemasok**

Pemasok adalah salah satu bagian terpenting dalam sebuah proses produksi produk/jasa. Sehingga berjalan dengan baik atau tidaknya proses produksi/jasa sangat memberikan pengaruh yang signifikan kepada perusahaan. Oleh karena itu agar hal ini dapat diatasi, kinerja pemasok harus dievaluasi dan terus ditingkatkan baik dari sisi kualitas dan kuantitas.

- **Kekuatan Tawar Menawar Pembeli**

Kemampuan dalam memberikan harga yang kompetitif agar bisa menghadapi pelanggan dengan daya tawar yang kuat adalah kunci dari keberhasilan dalam sebuah persaingan. Oleh karena itu

langkah menerapkan strategi elastisitas dalam menawar harga kepada pelanggan adalah cara yang tepat dalam menghadapi persaingan yang ada.

3. Lingkungan Kompetitor

Salah satu pesaing yang terbesar dialami oleh *BMD Training Centre* adalah yang datang dari para tenaga ahli yang berasal dari dalam ataupun luar lembaga, langsung bertransaksi dengan pelanggan dan menawarkan biaya lebih murah cukup menarik minat pelanggan dengan *budget* terbatas. Meskipun resiko besar akan di hadapi pelanggan namun ini adalah tantangan yang kerap kali ditemukan.

II. Lingkungan internal

1. Pemasaran

Target pemasaran *BMD Training Centre* berdasarkan *core competency* yang dimiliki adalah program-program pelatihan di bidang laboratorium. Meskipun peningkatkan jumlah peserta ajar dari tahun ke tahun terus terjadi, namun cenderung mereka yang datang adalah dari para pelanggan-pelanggan baru.

Ada beberapa strategi pemasaran yang telah dilakukan untuk meningkatkan penjualan yaitu; *internet marketing*, *direct mailing*, *relationship/networking* dan *path way*.

Semenjak divisi *training centre* berdiri di tahun 2012 manajemen telah menetapkan min.30% pelanggan harus kembali lagi mengikuti pelatihan di BMD *Training Centre*. Ditahun 2013 diketahui persentasenya adalah 16,2% dan di tahun berikutnya tahun 2014 17,9% hingga dirata-rata kenaikan terjadi 1-2% pertahun. Maka jika ditargetkanya adalah 30% maka baru akan tercapai paling cepat pada tahun 2026.

2. Keuangan

Dari sisi omset BMD *Training Centre* saat ini memang meningkat dan namun karena peningkatan tersebut didominasi oleh pelanggan baru, hal ini menyebabkan biaya promosi masih cukup besar sebanding dengan naiknya jumlah pelanggan-pelanggan baru.

3. Sumber Daya Manusia

Peningkatan kompetensi dan keahlian adalah salah satu sasaran mutu yang ditargetkan oleh BMD *Training Centre*, karena SDM yang berkualitas akan menghasilkan layanan dan pelayanan yang berkualitas pula.

5.1.2 Alasan Konsumen

Dari hasil penelitian ini didapat bahwa pelanggan melihat beberapa faktor dalam memilih lembaga pelatihan yaitu sebagai berikut:

1. Tema-tema dari program pelatihan yang ditawarkan
2. Biaya atas jasa yang menentukan kualitas
3. Popularitas lembaga
4. Kemampuan dan kompetensi tenaga ahli
5. Fasilitas yang ditawarkan
6. Sistem pembayaran
7. Promo dan diskon
8. Lokasi pelaksanaan.

5.1.3 Strategi Perusahaan

Dari hasil analisa mengenai faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman diperoleh strategi untuk *BMD Training Centre* yaitu “Strategi Tumbuh” dengan melakukan beberapa hal:

1. Mengejar pertumbuhan dengan membuka pelatihan untuk bidang-bidang yang lain dan unit-unit bisnis yang berkaitan dengan tema program pelatihan yang diselenggarakan.
2. Jangkauan pasar diperluas dengan menambahkan program-program pelatihan lain diluar bidang laboratorium.
3. Meningkatkan kompetensi dan kualitas SDM
4. Membuat klasifikasi minimal kompetensi yang harus bisa dipenuhi untuk menjadi tenaga ahli (pengajar)

5. Meningkatkan promosi yang efektif
6. Melakukan riset secara terus menerus dengan melihat isu yang sedang berkembang untuk mengetahui kebutuhan pasar terkini
7. Menetapkan harga yang bersaing dengan strategi elastisitas, sehingga dapat lebih dekat dengan kebutuhan dan kemampuan pelanggan.

5.2 Saran-Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini penulis ingin memberikan masukan kepada manajemen *BMD Training Centre* yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Saran Terhadap Lingkungan

Sesuai dengan analisa terhadap kondisi lingkungan di *BMD Training Centre* pada bab sebelumnya baik dari sisi internal dan eksternal perusahaan, maka direkomendasikan *BMD Training Centre* dapat menyesuaikan dengan kondisi lingkungan yang ada, dimana kondisi lingkungan yang dinamis perlu di waspadai dan dapat dijadikan sebagai dasar pengembangan perusahaan. Secara singkat dalam menyikapi kondisi lingkungan disarankan sebagai berikut:

1. Mengingat kebutuhan pelatihan tidak hanya untuk bidang laboratorium saja, maka direkomendasikan juga program-program pelatihan untuk bidang yang lain. Harapannya bisa menarik para pengelola DIKLAT/pelatihan diperusahaan untuk mendaftarkan karyawan di divisi yang lain untuk ikut pelatihan di *BMD Training Centre* tidak hanya sebatas lingkup laboratorium saja. Dikelola dengan baik tanpa

menghilangkan *image* BMD *Training Centre* sebagai lembaga pelatihan yang *expert* dibidang laboratorium.

2. Menjalin hubungan mitra dengan perusahaan-perusahaan penjual peralatan laboratorium, sebagai *training support* untuk para pelanggannya.
3. Selalu berinovasi dalam memberikan fasilitas-fasilitas pendukung pelatihan agar tidak monoton, berikan *value* khusus yang berkesan dan menimbulkan pesan promosi jangka panjang.
4. Terus meningkatkan pemanfaatan teknologi dalam mendukung pelayanan kepada pelanggan, seperti fasilitas daftar *on line*, sistem pembayaran dengan kartu kredit dan membuat video penjelasan materi-materi khusus untuk membantu para peserta memahami dan belajar kembali sendiri di lain waktu.

5.2.2 Saran Terhadap Pendapat Pelanggan

Berdasarkan apa yang didapat dari hasil analisis kepada pelanggan, terhadap hal-hal apa saja yang menjadi faktor penentu kualitas yang diperoleh pelanggan, maka penulis menyarankan sebagai berikut:

1. Terus meningkatkan produk-produk jasa pelatihan yang berkualitas dan bervariasi, sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Dalam memberikan penawaran harga harus kompetitif, sehingga dapat bersaing dan harus sebanding dengan kualitas yang di dapat.
3. Hanya merekrut para tenaga ahli yang handal, dan telah memenuhi minimal standar kompetensi.
4. Terus berinovasi dalam memberikan fasilitas pelatihan.

5. Mengutamakan serta memberikan jaminan kenyamanan dan keamanan kepada peserta pelatihan.
6. Memberikan kemudahan dalam proses transaksi dan berkomunikasi kepada pelanggan.

5.2.3 Saran Terhadap Strategi

Untuk mensukseskan strategi tumbuh yang diharapkan maka sebaik mungkin perusahaan memerhatikan beberapa hal berikut, seperti:

1. Kondisi pasar yang sangat dinamis mudah berubah-ubah dan penuh dengan persaingan, adalah sebab utama setiap strategi yang dijalankan perusahaan harus mampu beradaptasi dengan baik.
2. Perusahaan hendaknya terus merespon dan menyikapi perilaku konsumen dengan baik, dimana *trend* memberikan pengaruh signifikan kepada masyarakat.
3. Hendaknya perusahaan terus mengembangkan inovasi terhadap produk-produk yang ditawarkan dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan.