

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisa dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk dalam tahap kedewasaan (*maturity*) adalah strategi *defensive-offensive*, yang mana menerapkan Strategi *defensive* disaat keterbatasan produksi fokus pada pasar utama dan strategi *offensive* dengan (modifikasi pasar dan modifikasi produk) setelah peningkatan produksi, ini sangat efektif.
2. Dengan mengimplementasikan strategi *defensive-offensive* PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk dapat menekan pergerakan Holcim dan Indocement serta menggerus pangsa pasar kedua perusahaan tersebut. Dengan meningkatnya volumen penjualan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk, juga meningkatkan pula pangsa pasar PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk yaitu 43% pada tahun 2012 lebih besar dari pada tahun 2011 mencapai 40,8%.

#### 5.2. Saran

Setelah mengetahui Implementasi *Product Life Cycle* (PLC) (Tinjauan *Maturity Product*) pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran antara lain:

- a) PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk khususnya Departemen Pengembangan Pemasaran harus fokus terhadap pelanggan utama, karena mencari pelanggan baru lebih banyak membutuhkan biaya daripada mempertahankan pelanggan.
- b) Menetapkan strategi skala prioritas dalam memilih segmen yang paling potensial dan aktual tanpa mengecualikan segmen-segmen lain sesuai diversifikasi produk yang dimiliki PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.
- c) Seharusnya, PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk menggunakan distributor tunggal dan ekspediter tunggal dari anak perusahaan, seperti Varia Usaha fokus pada distribusinya dan KWSG fokus pada ekspedisinya. Dengan mengimplementasikan strategi tersebut perusahaan dapat mengontrol seluruh wilayah pangsa pasar perusahaan. Yang mana Varia Usaha dan KWSG akan lebih berkembang serta mampu berkompetisi dengan pesaing baru ataupun pesaing utama.
- d) Strategi *defensive-offensive* yang telah diimplementasikan PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk sudah efektif. Dan selalu melakukan *review* fenomena pasar aktual yang digunakan sebagai landasan dasar strategi pertumbuhan yang berkelanjutan.
- e) Bagi peneliti lain dapat meneliti Implementasi *Product Life Cycle* (PLC) pada perusahaan lain, ataupun dapat meneliti terkait dengan pengukuran PLC, atau dengan tinjauan yang berbeda yaitu ditahap *introduction*, *growth*, dan *declain*.