

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi keunggulan kompetitif pada PT. Karya Sejati Vidyatama berdasarkan VRIO adalah sebagai berikut:

1. PT Karya Sejati Vidyatama memiliki fasilitas produksi dan ekspedisi yang relatif sama dengan pesaingnya, seperti mesin oven, pemintal kapas, packing, juga memiliki armada yang berganti-ganti, dengan jumlah pelanggan lebih banyak daripada pesaing serta permintaan yang baik, hal ini mengindikasikan PT Karya Sejati Vidyatama memiliki keunggulan dalam hal *Value* jika dibandingkan dengan pesaingnya.
2. PT Karya Sejati Vidyatama memiliki kompetensi atau ketrampilan karyawan dibidang produksi yang baik, dan karyawan yang ramah dan sopan. Tetapi meskipun demikian masih ada kelemahannya yaitu pengiriman barang yang terlambat. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa PT Karya Sejati Vidyatama kurang memiliki keunggulan dalam hal *Rarity*.

3. PT Karya Sejati Vidyatama memiliki reputasi atau nama baik yang bagus dimata konsumennya, hubungan dengan pihak lain dalam hal pembayaran juga bagus sehingga konsumen merasa puas, jika ada komplain langsung ditanggapi dengan cepat. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa PT Karya Sejati Vidyatama memiliki keunggulan dalam hal *Imitability*.
4. PT Karya Sejati Vidyatama melakukan *follow up* kepada pelanggan dengan cara menelepon mereka, dan ini masih kalah dengan pesaing yang selain menelepon, juga melakukan kunjungan kepada konsumen. Dalam hal hubungan antara sesama karyawan baik karena adanya saling membantu dan menggantikan tugas karyawan lain atau dengan kata lain adanya fleksibilitas kerja. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa PT Karya Sejati Vidyatama kurang memiliki keunggulan dalam hal *Organization*.

5.2. Saran

Saran yang dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

Sebaiknya pihak PT Karya Sejati Vidyatama dapat mempertahankan keunggulannya dalam hal *value* misalnya dengan cara menambah armada, fasilitas produksi lebih lengkap atau mengganti mesin yang

sudah aus dengan mesin yang baru. Dalam hal *imitability*, dapat ditingkatkan misalnya dengan melakukan training karyawan. Selain itu dapat memperbaiki kelemahannya dalam hal *rarity* yaitu tidak mengirim barang secara terlambat tetapi tepat waktu sehingga konsumen merasa puas. Serta memperbaiki *organization* nya yaitu dengan cara melakukan kunjungan kepada konsumen secara berkala, misalnya sebulan sekali.