

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Hasil analisis pada penyelesaian masalah di PT. Pracetak Bangun Indonesia dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kelayakan pada PT. Pracetak Bangun Indonesia menurut aspek produk saat ini masih belum bisa memenuhi kebutuhan konsumen, hal tersebut terlihat dari hasil nilai yang dimiliki oleh perusahaan lebih rendah dari Toko Furniture A dalam memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan *customer needs* yang terdapat pada HOQ. Selain dari aspek produk, kelayakan pada PT. Pracetak Bangun Indonesia dilihat dari aspek finansial, saat ini kondisi finansial dikatakan tidak layak dikarenakan memiliki nilai ROI sebesar 0,377% yaitu $\geq 30\%$ dimana nilai industri rata-rata dikatakan layak.
2. Strategi yang harus diterapkan oleh perusahaan sesuai dengan kondisinya adalah strategi SO (*Strength-Opportunity*), yaitu perusahaan harus dapat menggunakan kekuatannya dengan memanfaatkan peluang yang ada. Usulan strategi yang dapat diterapkan adalah (1) Perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan menjualkan produk hasil olahan sampah residu multiplastik ini terkhusus kepada komunitas-komunitas peduli lingkungan. (2) Perusahaan dapat bekerja sama dengan komunitas peduli lingkungan untuk ikut serta menjualkan produk-produk hasil olahan sampah residu multiplastik. (3) Perusahaan dapat memperkenalkan konsumen terkait kekuatannya yaitu inovasi dan teknologi baru dalam pengolahan material sampah menjadi sebuah produk konstruksi bangunan. (4) Perusahaan dapat membuat campaign penerapan hidup peduli lingkungan, salah satunya yaitu penggunaan produk daur ulang. (5) Perusahaan mampu menjual 156 unit jendela, atau 9 unit meja makan, atau 2 unit gazebo apabila ingin mencapai titik impas dengan menjual produk sesuai dengan harapan konsumen.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk PT. Pracetak Bangun Indonesia dan penelitian selanjutnya adalah:

1. Dalam proses produksi, perusahaan dapat memproduksi produk Gazebo, Jendela, dan Meja Makan dengan kapasitas yang lebih dari produk lainnya dikarenakan produk tersebut yang lebih diminati oleh konsumen.
2. Perusahaan dapat meningkatkan proses promosinya agar konsumen lebih mengenal produknya dan jangkauan konsumennya pun lebih luas.
3. Perusahaan dapat meningkatkan desain produk agar dapat memproduksi produk yang kekinian dan memiliki tampilan yang lebih menarik.
4. Penelitian selanjutnya dapat melakukan riset pasar agar dapat ekspansi kebutuhan yang dibutuhkan oleh pasar.
5. Penelitian selanjutnya dapat memperhitungkan seluruh produk yang dijual oleh perusahaan.

