

V. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT. Pabrik Gula Candi Baru Sidoarjo Jawa Timur mengenai Perumusan *Blue Ocean Strategy* pada PT. Pabrik Gula Candi Baru Sidoarjo Jawa Timur dapat disimpulkan bahwa:

1. Identifikasi faktor internal dan eksternal diperoleh adalah dengan memanfaatkan SDM yang terampil dan sarana dan prasarana yang mendukung pada PT. Pabrik Gula Candi Baru Sidoarjo Jawa Timur akan mampu menciptakan arus pendapatan yang baik melalui pemanfaatan peluang inovasi produk pada industri gula dan terdukungnya sertifikasi produk dengan jaminan mutu ber SNI penerapan ICUSMA akan mempermudah dalam perluasan pasar. Tetapi disisi lain, perlunya dukungan pemerintah terhadap kebijakan pada industri gula terutama pada penetapan harga eceran gula agar tercapainya tingkat efisiensi pada pabrik dan menghasilkan keuntungan yang optimal.
2. Analisis posisi pertumbuhan pasar PT. Pabrik Gula Candi Baru Sidoarjo Jawa Timur menghasilkan posisi matriks pertumbuhan pasar terletak pada posisi tanda tanya (*Question*) dengan jenis produk atau unit bisnis yang memiliki pangsa pasar relative rendah, tetapi bersaing dalam industri yang bertumbuh pesat dengan perolehan tingkat pertumbuhan pasar sebesar 94% dan pangsa pasar relatif sebesar $0,094 < 1$.
3. Formulasi *Blue Ocean Strategy* pada PT. Pabrik Gula Candi Baru Sidoarjo Jawa Timur terdapat alternatif perluasan segmen pelanggan (*Customer Segments*) dalam menciptakan ruang pasar baru serta pemanfaatan limbah untuk mengurangi biaya produksi yaitu perusahaan industri makanan dan minuman sebagai produk utama dan penciptaan pasar baru pada produk

sampingan yaitu perusahaan industri kertas, perusahaan industri *particle board*, tenaga listrik dan perluasan pasar ekspor melalui bioethanol.

5.2 Saran

Perumusan *Blue Ocean Strategy* pada PT. Pabrik Gula Candi Baru Sidoarjo Jawa Timur dapat dijadikan sebagai acuan pertimbangan suatu strategi yang diterapkan perusahaan pada masa yang akan datang. Hal yang paling mendasar terjadinya perluasan segmen pelanggan dan mengetahui posisi pertumbuhan pasar PT. Pabrik Gula Candi Sidoarjo Jawa Timur yang mendukung tiga syarat *Blue Ocean Strategy* dalam menciptakan ruang pasar yang belum atau bebas pesaing, menghilangkan kompetisi, membuat atau menciptakan dan menangkap peluang baru dan meningkatkan pertukaran nilai dan biaya dalam seluruh kegiatan bisnis. Tiga hal penting akan saling melengkapi dengan fokus, gerak menjauh (divergensi) dan moto utama.