

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari kegiatan Praktek Kerja Lapangan yang dilakukan pada PT. Classic Prima Carpet Industries dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Sistem Produksi

Sistem produksi yang terjadi di PT. Classic Prima Carpet Industries memiliki karakteristik *make to order*, membuat jika ada pesanan yang dilakukan dengan proses-proses berikut : *Yarn Plant Yarn Plant* merupakan proses pembentukan benang dari bijih plastik dan di olah menggunakan mesin *Yarn Plant* , *Tufting* merupakan proses dimana benang dipintal untuk menjadi karpet setengah jadi atau di sebut dengan *soft carpet*, *Latex* merupakan proses merubah *soft carpet* menjadi karpet jadi dan siap untuk dipasarkan, *Finishing* merupakan proses terakhir dari produksi dan siap untuk di simpan di gudang menunggu pengiriman

2. Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT

Elemen marketing *mix* terdiri dari tujuh hal, yaitu: *Product, Price, Place, Promotion, Process, Physical evidence*. Adapun analisis SWOT dari 7 elemen marketing mix pada PT. Classic Prima Carpet Industries, yaitu : Untuk Kekuatan ada Memberikan banyak jenis karpet dan model yang dapat dipilih pelanggan, Harga variatif tergantung dengan jenis, Memiliki pabrik produksi di Surabaya, Promosi dilakukan secara *offline* dan *online* dengan cara *Google ads* atau pengenalan *website*, Pengerjaan produksi dilakukan oleh SDM yang memiliki *skill*, Kualitas produk sangat diperhatikan, sehingga produk yang cacat tidak diberikan

pada pelanggan, dan di jual terpisah, PT. Memiliki kredibilitas yang tinggi, Banyak bioskop yang menggunakan karpet dari PT. Classic Prima Carpet Industries. Untuk kelemahan terdapat Pelayanan dan produk tergantung pada harga, Harganya mahal mengingat kualitas yang diberikan, Belum ada kantor yang berfokus pada divisi pemasaran, Sebagian besar promosi dilakukan melalui *online*, Tenaga ahli ada yang sudah tua, Waktu produksi pesanan kustom memakan waktu karena harus mengatur mesin, model, Banyaknya bioskop yang menggunakan karpet milik PT. Classic Prima Carpet Industries sehingga semua orang bisa melihat kualitas karpetnya. Pada Sisi *Opportunity* terdapat Produk yang dihasilkan memiliki standar internasional, jadi memiliki kesempatan untuk masuk pasar nasional, Harga dan kualitas yang bisa dibicarakan menjadikan kemudahan bagi pelanggan, Penempatan kantor dan gudang secara terpisah merupakan pilihan yang benar agar mempermudah pengiriman, Memaksimalkan *website* dengan memajang produk dan proyek yang telah dikerjakan mempermudah pelanggan baru, Tenaga kerja ahli yang mampu meminimalisir kesalahan yang terjadi, Ketelitian detail sangat diperhatikan untuk menjamin kualitas, Banyaknya proyek yang digarap mulai dari hotel, bioskop, dan kantor menjadikan PT. Classic Prima Carpet Industries mampu untuk dipercaya menjalankan proyek. Pada sisi kelemahan terdapat permasalahan seperti Cukup banyak competitor yang mampu memberikan pelayanan dan produk yang sama, Harga yang ditawarkan semakin kompetitif, Promosi yang dilakukan bisa dibidang cukup monoton, karena sedikit menggunakan *Google ads*, Memiliki tenaga ahli yang berumur, dan susah nya mencari karyawan yang kompeten, Proses produksi yang bisa dibidang cukup lama untuk menghasilkan hasil yang berkualitas.

6.2 Saran

Dari praktek kerja lapangan yang telah dilakukan, saran saran yang nantinya mungkin dapat membantu dalam perbaikan kinerja perusahaan yaitu :

1. Perusahaan sebaiknya terus memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk dapat meraih peluang yang ada, dengan dengan meminimalkan adanya ancaman seperti pesaing dan produk substitusi. Hal ini akan meningkatkan daya saing perusahaan dari para pesaingnya.
2. Team PT. Classic Prima Carpet Industries harus selalu menyadari dan peka terhadap perubahan *trend*, fitur, dan juga algoritma media sosial. Serta membantu konsumen jika terjadi kebingungan memilih rekomendasi karpet.
3. PT Classic Prima Carpet Industries memiliki kondisi yang sangat menguntungkan. Untuk mempertahankan kondisi tersebut, perusahaan sebaiknya mendukung sebagai agresif dengan melakukan tahapan-tahapan diantaranya, mempertahankan mutu pelayanan melalui karyawan yang berkompeten, menggunkan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau: melakukan promosi di perumahan atau tempat-tempat umum disekitar lokasi; dan mempertahankan citranya di mata masyarakat sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan.