

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

PT. Petrokimia Gresik saat ini sudah cukup bagus dalam penerapan strategi-strategi yang ada. Khususnya di dalam penerapan strategi pada produk Petrofish. ada beberapa hal-hal yang harus dipertimbangkan sebelum menerapkan strategi pemasaran produk. Hal tersebut adalah kombinasi empat variabel yang pada umumnya dikenal sebagai *Marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi.

Saat ini Petrofish mengambil 2% - 5% dari pangsa pasar yang ada. Berdasarkan data Badan Pusat Statistika (BPS) tahun 2017 Luas Area Budidaya Perikanan Menurut Provinsi Jawa Timur dan Jenis Budidaya Perikanan sebesar 224.839 hektare, yang sesuai dengan *market place* dari Petrofish yaitu mengambil Provinsi Jawa Timur sebagai *market place* nya. Sedangkan jika dilihat dari data penjualan Petrofish pada tahun 2017 mencapai 12.792 liter. Oleh karena itu jika dilihat dari setiap penggunaan 1 liter Petrofish bisa digunakan dalam 1 hektar tambak, maka untuk melihat berapa persen tambak menggunakan Petrofish dengan membagi jumlah penjualan Petrofish dengan luas tambak Provinsi Jawa Timur kemudian dikalikan dengan 100%. Hasilnya ialah 5,6% yang dengan demikian Petrofish sudah memenuhi bahkan melebihi dari target pasar sebesar yang sebelumnya penetapan pangsa pasar yang diambil 2% - 5% yang bisa menjadi 5,6%.

Hal ini dirasa bisa terus meningkat apabila PT. Petrokimia Gresik mengatasi faktor-faktor yang dapat menghambat pertumbuhan pangsa pasar. Salah satu faktor yang cukup berpengaruh adalah belum adanya Agronomis khusus pada produk Petrofish sendiri. Selama ini pendistribusian Petrofish menggunakan Agronomis subsidi. Yang sudah jelas hal ini sangat kurang efektif. Karena hal ini dirasa kurang fokus dalam pendistribusian produk, maka dari itu agronomis khusus

cukup penting agar pendistribusian produknya bisa lebih fokus dan merata sehingga dapat meningkatkan kemampuan konsumen dalam menjangkau produk.

4.2 Saran

Saran yang seharusnya dilakukan oleh PT. Petrokimia Gresik untuk meningkatkan pangsa pasar 2% - 5% menjadi lebih dari 2% - 5% yaitu dengan lebih mengoptimalkan strategi yang sebelumnya telah dirancang. Yaitu Strategi yang pertama adalah strategi permintaan primer dalam menarik pengguna baru, karena disini PT. Petrokimia Gresik meningkatkan kemampuan konsumen untuk membeli produk atau jasa. Yang berkaitan erat dengan dua hal, yakni daya beli dan akses terhadap produk atau produsen Petrofish. Strategi kedua yaitu pemilihan strategi pemasaran. Dalam hal ini PT. Petrokimia Gresik dituntut untuk melakukan pertimbangan dengan sangat cermat atas pemilihan sejumlah tiga informasi yaitu, informasi tujuan dan sasaran produk Petrofish yang dibutuhkan, informasi mengenai karakteristik dan besarnya peluang pasar yang harus ditetapkan secara jelas berdasarkan analisis pasar dan pengukuran pasar, informasi yang terakhir yaitu manajer Perusahaan harus memahami jenis keunggulan bersaing dan tingkat pengeluaran pemasaran yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan. Karena Petrofish ini merupakan penantang pasar, maka strategi yang pas untuk Petrofish ini adalah Strategi *Guerilla Attack*. di mana strategi ini cocok bagi penantang pasar yang memiliki dana yang terbatas. Dengan melakukan serangan kecil-kecilan secara periodik, Petrofish akan secara tidak langsung melemahkan pesaing, dengan harapan secara perlahan tapi pasti dapat membangun pijakan yang kuat di lingkungan pasar. Dan juga selain itu dengan membentuk Agronomis khusus non subsidi di setiap daerah dirasa akan cukup berdampak dalam memenuhi pangsa pasar. bahkan dengan membentuk Agronomis khusus dinilai dapat melebihi target pangsa pasar yang ada. Karena dengan membentuk Agronomis khusus tersebut dinilai akan lebih efektif dan efisien dalam proses pendistribusian, serta lebih fokus lebih dalam dan lebih merata sehingga dapat meningkatkan kemampuan konsumen dalam membeli produk. Sehingga hal ini bisa dikatakan sebagai solusi dalam meningkatkan pangsa pasar yang awalnya 2% - 5% sehingga bisa menjadi lebih dari 2% - 5% dari pasar yang ada.