BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian ini peneliti bisa menyimpulkan bahwa level korporat di PT Mitra Yatim Mandiri ketika di analisa menggunakan alat bantu evaluasi portofolio yang di populerkan oleh *Boston consulting group* menempatkan unit bisnisnya yang bernama Aqiqah dan Catering sebagai unit bisnis yang berada diposisi bintang, dimana unit bisnis tersebut yang paling banyak dalam mendapatkan hasil usaha daripada yang lain. Kemudian ada lima strategi yang dimiliki oleh pihak korporat PT Mitra Yatim Mandiri dalam mengembangkan unit bisnis yang dimilikinya dimana strategi tersebut dilaksanakan langsung oleh divisi-divisi yang sudah ditugaskan sehingga pihak korporat sendiri hanya memantau prosesnya. Lima Strategi tersebut yakni, Pertama menjemput bola, sebuah strategi dimana perusahaan memberikan pelayan terhadap konsumen dengan cara mendatangi langsung konsumen tersebut guna memberikan kepuasaan maksimal. Strategi kedua adalah Promosi secara intens pada tempat-tempat yang berpotensi guna mendapatkan konsumen baru yang menjadi target sasaran usaha bisnis tersebut. Membuat struktur organisasi dan divisi di setiap unit usaha bisnis menjadi strategi ketiga oleh PT Mitra Yatim Mandiri dalam mengembangkan usaha bisnisnya. Strategi tersebut berguna bagi proses perkembangan unit bisnis agar pihak korporat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bisa lebih mudah dalam mengawasi setiap divisi dan mereka bisa fokus dalam mengemban tugasnya dalam memaksimalkan pelayanan terhadap konsumen.

Kemudian hal keempat adalah memaksimalkan kinerja karyawan dan kualitas produknya. Dalam proses pengembangan unit bisnis diperlukan suatu kepercayaan dari konsumen. Sehingga salah satu hal yang dilakukan untuk mendapatkan kepercayaan tersebut adalah memaksimalkan kinerja karyawan dan kualitas produk agar konsumen merasa puas. Selanjutnya hal terakhir yang menjadi strategi dalam mengembangkan unit bisnis di PT Mitra Yatim Mandiri adalah melakukan *feedback* ke konsumen dan evaluasi. Guna memperbaiki kualitas unit bisnis perlu adanya kritik dan saran dari konsumen. Sehingga dilakukan umpan balik dari konsumen untuk mendapatkan data yang bisa dijadikan bahan evaluasi perusahaan. Kemudian hasil evaluasi tersebut dilakukan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas usaha bisnis dari perusahaan tersebut.

B. Saran dan Rekomendasi

Dalam melakukan proses pengembangan unit bisnis yang dimilikinya harus lebih merata agar tidak terlalu fokus di satu unit bisnis saja. Sehingga usaha bisnis yang dimilki PT Mitra Yatim Mandiri bisa berkembang secara seimbang.

Saran kedua terkait dengan teori strategi pengembangan unit bisnis. Dalam hal ini, perlu ada kelanjutan penelitian, terutama terkait dengan strategi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengembangan unit bisnis. Penelitian ini memberikan saran supaya ada kelanjutan studi tentang strategi mengembangkan unit bisnis.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penyajian data yang disajikan masih kurang sempurna karena peneliti tidak bisa mendapatkan semua informasi secara detail. Akan tetapi secara garis besar penelitian tersebut sudah mampu menjawab rumusan masalah yang diajukan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id