Kebijaksanaan perluasan pemasaran domestik produk tekstil PT Texmaco dengan membuka toko retail suatu pendekatan evaluasi efektivitas dan efisiensi kebijaksanaan perusahaan dengan metode save (strategy analysis for venture evaluation)

Wasti Priandjani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184777&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penulisan skripsi adalah untuk mengetahui apakah kebijaksanaan pengembangan pasar domestik TEXMACO dengan membuka toko eceran (retail outlet) cukup efisien dan efektif. Metode penelitiannya dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden terpilih berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memahami aspek-aspek strategis kebijaksanaan toko retail TEXMACO. Pendekatan dan pengolahan data yang digunakan adalah metode SAVE atau Strategic Analysis for Venture Evaluation, yakni evaluasi komprehensif terhadap 69 faktor strategik yang dibagi atas 4 aspek utama yakni : produk/jasa yang dijual, kemampuan perusahaan dalam menjalankan usaha, lingkungan dimana usaha tersebut beroperasi, dan faktor dukungan usaha. Hasil analisa menunjukkan tingkat efisiensi usaha secara keseluruhan sebesar 69%, yang didukung oleh efisiensi keempat aspek utamanya yakni dukungan terhadap toko retail (73%), produk/jasa (72%), lingkungan (67%), dan kemampuan perusahaan (66%). Dengan menggunakan tolok ukur sebesar 50%, maka toko retail TEXMACO dinilai cukup efisien. Selanjutnya dapat diketahui pula faktor-faktor yang menguntungkan bagi usaha dan faktor-faktor yang masih perlu diperbaiki sehingga dapat dicari solusi untuk mengatasinya. Kesimpulannya, secara keseluruhan tingkat efisiensi cukup memuaskan, namun perlu diingat bahwa hal tersebut didukung oleh aspek-aspek strategik yang saling mempengaruhi, dimana kelemahan di satu faktor ditutupi oleh kekuatan faktor lainnya. Posisi toko retail TEXMACO di masa peralihan production ke marketing-oriented perlu membenahi manajemennya (revisi struktur organisasi kejelasan tugas operasional dan manajemen) dan meningkatkan pemahaman operasional toko retail garmen (pelatihan sales employees dan manajemen, revisi strategi penjualan, dan perbaikan produk serta penampilan toko secara keseluruhan).