

V. PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada PT CCAI Lampung dan dari semua hasil analisis data yang telah diolah dan dibahas pada bab IV, maka peneliti dapat menarik simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal perusahaan beserta matriks *grand strategy* dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama PT CCAI Lampung adalah strategi *rapid growth* dimana PT CCAI Lampung dapat mengembangkan dan meningkatkan posisi kompetitifnya. Upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh PT Coca-Cola Amatil Lampung adalah mengontrol kualitas produk, fasilitas-fasilitasnya, pendistribusi produk, meminimalkan biaya operasi yang tidak efisien, melakukan *research and development* yang intensif pada produknya untuk menciptakan inovasi terbaru serta melakukan kegiatan promosi yang lebih baik.
2. Berdasarkan evaluasi matriks SWOT maka dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan oleh PT CCAI Lampung sudah sangat baik dan terdapat beberapa pengembangan strategi melalui pertimbangan faktor internal dan eksternal perusahaan, yaitu inovasi produk selain minuman dalam kemasan.

5.2 Saran

Untuk mempertahankan posisi kompetitif pasar yang kuat, melihat semakin ketatnya persaingan akibat pertumbuhan jumlah produk-produk baru minuman ringan, maka PT CCAI Lampung sebaiknya memperhatikan strategi produk dengan secara terus menerus meningkatkan kualitas produk, melakukan inovasi khususnya dengan cara menciptakan produk baru selain minuman dalam kemasan, yaitu memproduksi makanan ringan dalam kemasan, serta melakukan kegiatan promosi yang lebih menarik yang mana strategi-strategi ini diharapkan dapat menunjang kemajuan perusahaan dan bisa meningkatkan penjualan dan profit perusahaan.