

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan mengenai analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi pemasaran pada PT Arthamuat Pramindo Utama, maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut.

1. Faktor Strategis Internal dan Eksternal PT APU

a. Faktor Internal

Faktor internal yang dihadapi oleh PT Arthamuat Pramindo Utama meliputi kekuatan dan kelemahan PT Arthamuat Pramindo Utama. Kekuatan dari PT Arthamuat Pramindo Utama teridentifikasi meliputi kualitas jasa yang baik dengan jumlah skor sebesar 0.29, harga yang kompetitif dengan 0.29, *fast response* dengan 0.30, sistem administrasi menyesuaikan kebutuhan *customer* dengan 0.23, bahan baku yang berkualitas dengan 0.25, lokasi *workshop* yang strategis dengan 0.23, dan loyalitas karyawan yang tinggi 0.27. Kelemahan dari PT Arthamuat Pramindo Utama teridentifikasi meliputi pengalaman *man power* yang minim dengan 0.21, peralatan yang masih minim dengan 0.17, pangsa pasar relatif kecil dengan 0.18, sebagian besar pembelian berbasis PO dengan 0.13, perusahaan masih belum dikenal oleh pasar sehingga belum memiliki *brand* yang *marketable* dengan 0.17.

b. Faktor Eksternal

Faktor internal yang dihadapi oleh PT Arthamuat Pramindo Utama meliputi peluang dan ancaman PT Arthamuat Pramindo Utama. Peluang dari PT Arthamuat Pramindo Utama teridentifikasi meliputi tidak adanya produk substitusi dengan jumlah skor sebesar 0.29, kekuatan daya tawar pemasok rendah dengan 0.26, hambatan keluar rendah dengan 0.23, loyalitas pelanggan yang tinggi dengan 0.40, memungkinkan terjalin kerjasama melalui hubungan informal

dengan 0.34, tidak adanya standar harga dengan 0.30. Ancaman dari PT Arthamuat Pramindo Utama teridentifikasi meliputi pengalaman bergantung pada satu sektor, yakni *oil & gas* dengan 0.14, ketidakpastian harga minyak dengan 0.20, persaingan yang tinggi dengan 0.13, hambatan masuk industri jasa inspeksi rendah dengan 0.17, kekuatan daya tawar pembeli tinggi dengan 0.17.

2. Strategi Pemasaran PT APU

PT Arthamuat Pramindo Utama dalam merumuskan strategi pemasaran dapat menerapkan strategi SO (*Strength Opportunity*). Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang dapat dilakukan oleh PT Arthamuat Pramindo Utama adalah dengan mempertahankan kekuatan perusahaan meliputi kualitas dan *fast response* untuk mempertahankan pelanggan yang sudah loyal.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan mengenai analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi pemasaran pada PT APU, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada pihak PT APU adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan analisis SWOT yang sudah dilakukan, PT Arthamuat Pramindo Utama memiliki kelemahan berupa pengalaman *man power* yang masih minim yang mana kelemahan tersebut dapat diminimalkan dengan sebaiknya memberikan *training* eksternal kepada *man power* seperti *training* T-Bosiet, WI (*Welding Inspector*), dsb yang berhubungan dengan bidang inspeksi agar dapat meningkatkan kemampuan *man power* untuk meningkatkan ruang lingkup jasa yang dapat dilakukan oleh *man power* PT Arthamuat Pramindo Utama.
2. Selain memiliki kelemahan, tentunya PT Arthamuat Pramindo Utama juga memiliki kekuatan yang mana kekuatan tersebut sebaiknya dipertahankan dengan terus di-*maintain* oleh perusahaan agar tidak menurun kinerjanya dengan sebaiknya untuk kualitas, dapat dilakukan dengan merekap komplain yang diterima perusahaan.

Berdasarkan komplain tersebut, perusahaan sebaiknya dapat membenahi hal apa yang perlu diperbaiki agar komplain tersebut tidak lagi terjadi. Untuk *fast response*, dilakukan dengan aktif dan melakukan pengecekan secara berkala dalam media komunikasi yang digunakan untuk berhubungan dengan *customer*. Selain itu, perusahaan dapat memberikan harga yang kompetitif melalui efisiensi biaya operasional seperti melakukan manajemen persediaan agar perusahaan dapat membeli bahan baku dalam jumlah banyak dengan harga yang lebih murah untuk dijadikan persediaan. Untuk fasilitas, perusahaan dapat mengurangi fasilitas kantor yang dirasa kurang penting seperti adanya fasilitas televisi berlangganan yang bisa ditiadakan.