

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan QSPM terhadap strategi pemasaran PT. Enerba Teknologi, maka dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Berdasarkan analisis SWOT dan Matriks QSPM yang telah disusun, perusahaan PT ENERBA TEKNOLOGI pada pengolahan air limbah memiliki beberapa keunggulan kompetitif seperti kualitas jasa/layanan WWTP unggul, pengalaman panjang dalam industri, serta fasilitas laboratorium yang mendukung. Namun, perusahaan juga menghadapi beberapa kelemahan internal, seperti keterbatasan modal, ketidaktepatan distribusi, dan kurangnya promosi. Dari sisi eksternal, peluang seperti dukungan pemerintah dan potensi kemitraan strategis dapat menjadi pendorong pertumbuhan perusahaan. Di sisi lain, ancaman seperti persaingan harga, kebijakan lingkungan yang ketat, dan risiko bencana alam harus dikelola dengan baik. Faktor internal dan eksternal sangat memengaruhi kinerja pemasaran perusahaan.
2. Pada hasil penelitian yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa PT. ENERBA TEKNOLOGI dengan metode SWOT memiliki jumlah kondisi Internal dan Eksternal sebesar 20 faktor yang meliputi Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Setelah itu dilakukan analisis yang diperoleh melalui perhitungan terhadap faktor internal dan eksternal perusahaan terdapat nilai kekuatan (*Strength*) sebesar 2,24 sedangkan pada nilai kelemahan (*Weaknesses*) mendapat sebesar 0,95 yang dapat disimpulkan bahwa PT. ENERBA TEKNOLOGI memiliki kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelemahan yang dimiliki oleh PT. ENERBA TEKNOLOGI. Kemudian pada faktor eksternal yang dimiliki perusahaan meliputi sebuah peluang (*Opportunity*) sebesar 1,79 dan nilai dari sebuah ancaman (*Threats*) sebesar 1,59 dapat disimpulkan bahwa PT. ENERBA TEKNOLOGI memiliki peluang lebih kecil dibanding ancaman yang mengancam dan pada hasil diagram *cartesius* mendapatkan hasil strategi diversifikasi dengan cara mengaplikasikan strategi SO (*Strength - Opportunity*) pada matriks SWOT guna meningkatkan persaingan

bisnis yang ada, sedangkan dengan metode matriks QSPM mendapatkan hasil yaitu peringkat 1 strategi SO (*Strength - Opportunity*).

3. Melalui metode SWOT dan QSPM, strategi prioritas yang direkomendasikan adalah strategi SO (*Strength-Opportunity*). Strategi ini mencakup Meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam jasa dan layanan WWTP serta melakukan layanan yang lebih optimal, Meningkatkan keterampilan yang dimiliki perusahaan dengan cara melakukan kerja sama antar perusahaan konstruksi dan memanfaatkan teknologi informasi modern sebagai media promosi terkait jasa dan layanan WWTP yang dijalankan untuk memperluas pemasaran dan mengembangkan bisnis pada perusahaan, Memanfaatkan lokasi yang strategis dalam pembangunan infrastruktur, dimana strategi ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan membantu dalam mengembangkan infrastruktur yang efektif dan efisien. Hasil perhitungan QSPM menunjukkan bahwa strategi ini memiliki nilai TAS tertinggi dan paling layak diimplementasikan.

5.2 Saran

Adapun saran peneliti berikan untuk PT. Enerba Teknologi untuk melakukan perbandingan terhadap hasil penelitian yang dilakukan pada strategi pemasaran dan di beri rekomendasi strategi yang telah diberikan dapat di maksimalkan dalam penggunaannya di perusahaan.