

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian penutup dari penelitian yang memuat kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian. Selain itu, disajikan saran yang ditujukan kepada perusahaan maupun penelitian selanjutnya sebagai bahan pertimbangan dan pengembangan di masa mendatang.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti pada PT Barito Teknika Engineering, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis Matriks IFE dan EFE dengan pembobotan AHP, diperoleh total skor IFE sebesar 2,843 dan EFE sebesar 2,932. Hasil tersebut menunjukkan bahwa PT Barito Teknika Engineering memiliki kondisi internal dan eksternal yang cukup baik dalam memanfaatkan kekuatan dan peluang serta menghadapi kelemahan dan ancaman yang ada.
2. Hasil pemetaan Matriks IE menunjukkan PT Barito Teknika Engineering berada pada Sel V (*Hold and Maintain*) dengan skor IFE 2,843 dan EFE 2,932 sehingga strategi yang direkomendasikan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Sementara itu, hasil *Grand Strategy Matrix* menghasilkan koordinat sumbu x yaitu 1,313 dan sumbu y yaitu 1,536 yang menempatkan perusahaan pada Kuadran I, yang menunjukkan posisi kompetitif yang kuat dan pertumbuhan pasar yang tinggi dan strategi yang dihasilkan adalah penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.
3. Berdasarkan hasil analisis Matriks SWOT diperoleh 15 alternatif strategi pemasaran yang selanjutnya dievaluasi menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Hasil QSPM menunjukkan bahwa strategi yang menjadi prioritas utama adalah mengoptimalkan penggunaan media sosial dan *website* sebagai sarana promosi perusahaan (WO1) dengan nilai STAS sebesar 5,711. Strategi prioritas berikutnya adalah mengembangkan variasi layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan

(WO3) dengan nilai STAS sebesar 5,687 serta mengembangkan desain produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan (WO5) dengan nilai STAS sebesar 5,662. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas pemasaran digital serta pengembangan layanan dan produk menjadi fokus utama yang perlu dilakukan perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan memperluas peluang pasar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya guna menyempurnakan dan memperbaiki penelitian ini.

1. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan analisis strategi pemasaran dengan menambahkan metode atau alat analisis lainnya sehingga diperoleh rekomendasi strategi yang lebih komprehensif dan sesuai dengan kondisi perusahaan.
2. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada perusahaan jasa engineering lainnya atau pada objek penelitian yang lebih luas sehingga hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dalam penyusunan strategi pemasaran.
3. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan aspek biaya dan analisis finansial dalam implementasi strategi yang diusulkan sehingga perusahaan dapat mengetahui kelayakan dan prioritas investasi dari setiap strategi yang akan diterapkan.
4. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan responden yang lebih beragam, seperti pemasok, mitra bisnis, maupun pihak eksternal lainnya untuk memperoleh perspektif yang lebih luas dalam penyusunan strategi pemasaran.
5. Penelitian selanjutnya dapat melakukan evaluasi terhadap implementasi strategi yang telah direkomendasikan untuk mengetahui efektivitas strategi dalam meningkatkan kinerja pemasaran dan daya saing perusahaan.