

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan terkait analisis SWOT dalam Menentukan strategi pemasaran gula pada perusahaan industri PT. PG Gorontalo Unit Tolangohula yang diawali dengan tahap analisis matriks IFAS dan EFAS, selanjutnya tahap penyesuaian dengan menggunakan matriks SWOT, kemudian dilakukan dengan tahap terakhir yaitu alternatif strategi, semua tahapan-tahapan tersebut dilakukan mulai dari pengumpulan data, pengolahan data dan analisis, maka penulis dapat menari beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan hasil analisi faktor internal dan faktor internal yang menunjukkan hasil matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) diperoleh nilai sebesar 0,93 dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) diperoleh nilai sebesar 1.18
- 2) Berdasarkan analisis SWOT, dimana posuisi Perusahaan PT. PG Gorontalo Unit Tolangohula terletak pada kuadran I dimana memiliki bobot nilai yang baik dalam faktor Internal yaitu kekuatan dan faktor Eksternal yaitu peluang. sehingga sudah berada pada jalur yang tepat dengan terus melakukan strategi pengembanagn (*Growth*) yang dapat disimpulkan bahwa perusahaan dalm posisi yang kuat dan peluang yang di tawarkan tinggi sehingga dapat meningkatkan penjualan.
- 3) empat alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh pihak perusahaan PT. PG Gorontalo Unit Tolangohula, yaitu strategi (S-O), strategi (W-O), strategi (S-T) dan strategi (W-T) :

a) Strategi *Strength-Opportunity* (S-O)

1. Meningkatkan jumlah distributor guna perluasan pengiriman gula antar pulau maupun daerah.
2. Memanfaatkan lokasi perusahaan yang strategis dengan adanya dukungan kebijakan pemerintah dalam rangka perluasan lahan.

b) Strategi *Weakness-Opportunity* (W-O)

1. Melakukan inovasi produk yang sesuai dengan perkembangan pola kehidupan manusia.
2. Melakukan promosi dengan memanfaatkan perkembangan komunikasi.

c) Strategi *Strength-Threath* (S-T)

1. Meningkatkan dan mempertahankan standar mutu produk dan pelayanan
2. Melakukan perluasan wilayah pemasaran gula.

d) Strategi *Weakness-Threath* (W-T)

1. melakukan kerjasama dengan masyarakat dalam pengadaan bahan baku.
2. menggunakan dan memanfaatkan dengan sebaik-baiknya lahan tebu yang tersedia untuk di tanami tebu.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan harus mampu meningkatkan hasil maupun kualitas produksi dan lebih meningkatkan lagi kegiatan promosi agar lebih dikenal masyarakat luas
2. Bagi peneliti selanjutnya kiranya penelitian ini bi dijadikan acuan atau referensi untuk penelitian berikutnya mengenai analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada perusahaan industri PT. PG Gorontalo Unit Tolangohula, dengan mengeksplor lebih jauh lagi berdasarkan *update* informasi kedepan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilita, Nur. 2013. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Pada PT. Samekarindo Indah Di Samarinda." *Journal Adminsitrasi Bisnis* 1 (1): 56–70.
- Assauri, Sofjan, 2002. *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*, Liberty, Yogyakarta.
- Ayub, Arslan, Israr Raisani, Hanan Iftekhar, and Ayesha Mushtaq. 2014. "Role of Marketing Intelligence by Strategic Function in Organizational Performance : Evidence from Pakistan" 10 (6): 48–57.
- David, Fred. R, 2006. *Strategic Management: Concepts and Cases*, 10th Ed.
- David, F.R. (2010). *Manajemen Srategis*. Buku 1, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Fauzani, Muhammad, Nurul Akramiah, and Bambang Sutikno. 2018. "Analisis SWOT Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produkpt. Karunia Sentosa Plastik." *Jurnal EMA* 3 (2): 104–17.
- Haerawan, and Yulius Here Magang. 2019. "Pemasaran Alat Rumah Tangga Di Pt Impressindo Karya Steel Jakarta-Pusat." *Ilmiah Manajemen Bisnis* 5 (2): 175–89.
- Jarawani, Philemon, Erin Sy, and Robert G Dyson. n.d. "Strategic Development and SWOT Analysis at the University of Warwick at the University of Warwick."
- Kotler, P, 2000. *Marketing Management : An Asian Perspective*. Prentice Hall, Edisi Milenium.
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip pemasaran*. Jilid 1, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasari, Rieke, Ronny H Mustamu, Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, and Universitas Kristen Petra. 2013. "Analisis Strategi Bersaing Pada Distributor Gula Di Indonesia" 1 (1).
- Malonda, P M, and S Moniharapon. 2019. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Bakso Baper Jogja SWOT Analysis in Determining Marketing Strategies At the Jogja Baper Meatball Restaurant." *Loindong 3827 Jurnal EMBA* 7 (3): 3827–36.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Pearce II, John A. and Robinson, 2008. *Manajemen Strategis Formulasi*

Implementasi dan Pengendalian, Jakarta.

- Pickton, David W, and Sheila Wright. 1998. What ' s SWOT in Strategic Analysis by David W , Pickton and Sheila Wright What ' s SWOT in Strategic Analysis ?" 7 (2): 101–9.
- Rahmayati. 2015. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, Kalimantan Utara." *Jurnal Galung Tropika* 4 (1): 60–67.
- Rangkuti, Freddy. (2005). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Razzaq, Adeel. n.d. "A Conceptual Framework on Evaluating SWOT Analysis as the Mediator in Strategic Marketing Planning through Marke..."
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, fandy. (2008). Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Terhadap, Tinjauan, P T Pg, and Tolangohula Gorontalo. n.d. "Visi Menjadi Pabrik Gula Dengan Produksi Gula Yang Tinggi Dan Produktivitas Gula per Hektar Tinggi. 1," 1–6.
- Umar, Husein, 2005. Strategic Management in Action, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.