

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Hasil dari analisis faktor internal dan eksternal perusahaan dengan menggunakan matrik IFE dan EFE dapat diketahui kekuatan utama perusahaan adalah memiliki deretan produk utama yang dapat memenuhi semua kebutuhan konsumen dan memiliki cara promosi melalui media sosial dengan jangkauan luas. Sedangkan kelemahan utama yang dimiliki adalah Harga masih dianggap mahal. Hasil dari analisis matrik EFE yaitu peluang utama yang dimiliki oleh perusahaan adalah selalu berinovasi untuk melakukan strategi pemasaran, banyaknya sasaran pelanggan, dan loyalitas konsumen dengan perkembangan media sosial dan perdagangan serta pemasaran online yang menjadikan budaya masyarakat yang berinteraksi dan jual beli menggunakan media sosial yang membutuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi untuk membangun ini, sedangkan ancaman utama dari perusahaan adalah harga yang dianggap mahal atau tinggi dan persaingan semakin ketat.

Alternatif strategi hasil analisa data matrik IE adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan pasar dan produk. Berdasarkan matrik SWOT alternatif strategi *offensive* yang meliputi menyediakan paket dengan harga yang lebih terjangkau, dengan melakukan survey mengenai harga dan kecepatan akses yang paling diharapkan konsumen serta memperluas daerah jangkauan jaringan fiber, memanfaatkan teknologi informasi untuk menarik pelanggan yang potensial dan menambah jumlah tenaga *maintenance*.

Hasil dari pemetaan matrik IE menunjukkan bahwa PT Nasa menggunakan strategi *Grow and build*, dimana terdiri dari strategi intensif( penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk). Prioritas strategi yang harus dilakukan PT Nasa berdasarkan analisis menggunakan QSPM dengan nilai TAS terbesar berturut- turut adalah mengembangkan varian dan desain produk dan meningkatkan strategi penjualan dengan *market place* dan Membuat strategi pemasaran yang efektif dengan gencar media sosial.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan alternatif strategi yang dihasilkan, maka disarankan kepada perusahaan untuk dapat menerapkan beberapa strategi:

1. Perlunya peningkatan kualitas produk dengan varian baru untuk memikat para pelanggan melalui media sosial dengan segmentasi yang beragam.
2. Membuat *link* atau *market place facebook* untuk melakukan promosi yang menarik dengan itu pelanggan bisa melihat dari testi moni yang kita berikan lewat media. Membuat pelanggan baru penasaran dengan apa yang kita promosikan.
3. Melakukan promosi tentang produk yang akan dijual dengan melihat stok yang ada ditoko maupun yang ada dipusat.
4. Sering melakukan bertatap muka dengan mitra baru dan selalu didampingi terkait strategi pemasaran.
5. Membuat web baru khusus untuk penjualan.