

## **Bab V**

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, berdasarkan pencocokan hasil analisis diagram SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) dan matriks IE maka strategi yang dapat dilakukan atau diterapkan oleh PT Indojoya Trans Logistik yaitu dengan cara melakukan penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk atau jasa, berikut merupakan hasil yang diperoleh:

1. Setelah dilakukan analisis berdasarkan SWOT oleh penulis dengan menggunakan tabel IFAS, maka didapat faktor internal kekuatan sebesar 2.52 dan faktor kelemahan sebesar 0.82 sehingga total skor yang didapatkan adalah 3,34 dapat disimpulkan perusahaan memiliki total skor diatas rata-rata sehingga dapat dikatakan bahwa PT Indojoya Trans Logistik memiliki faktor internal yang kuat.
2. Dalam tabel EFAS, yaitu faktor eksternal peluang sebesar 2.60 dan faktor ancaman sebesar 0.70 maka total skornya adalah 3.30 dapat disimpulkan perusahaan dalam merespon sangat baik kemampuannya dalam menghadapi ancaman diatas rata-rata.
3. Perusahaan ini berada pada posisi yang relatif sangat baik karena dapat dilihat dari matriks IE perusahaan berada pada sel I yaitu posisi tumbuh dan membangun, dapat di buktikan juga pada hasil diagram SWOT 4K berada pada kuadran I, dengan angka sumbu horizontal 2.00 dan sumbu vertikal 1.78 yang berada pada posisi agresif. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan matriks SWOT, strategi yang dapat diterapkan oleh PT Indojoya Trans Logistik adalah *Strategi SO (Strengths Opportunities)*. Berarti perusahaan dapat menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
4. Jadi alternatif strategi yang dapat dipergunakan dari hasil analisis Matriks IE dan diagram SWOT 4K. Antara lain: Pengembangan Pasar, Penetrasi Pasar, dan Pengembangan Produk.

## 5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan pada pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan:

a. Bagi Perusahaan:

Setelah dilakukan analisis terhadap strategi pemasaran menggunakan metode SWOT, Hal ini dapat digunakan untuk perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang sesuai.

b. Bagi Universitas:

Sebaiknya pihak universitas memberikan pengarahan dan pembekalan materi sebelum mahasiswa melakukan PKL, agar mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu Teknik Industri secara maksimum di tempat mahasiswa melakukan PKL.

c. Bagi Mahasiswa:

Sebaiknya mahasiswa lebih aktif dalam mempersiapkan kegiatan PKL, agar mahasiswa dapat mengerti dan memiliki pemahaman yang cukup selama kegiatan PKL dilakukan.