



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Pada hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats Analysis*) diketahui beberapa faktor-faktor internal PT. Sinar Indo Pratama (SINDO EXPRESS)
2. Setelah melakukan analisis dengan metode *Internal Factors Evaluation* (IFE) dan *External Factors Evaluation* (EFE) untuk PT. Sinar Indo Pratama (SINDO EXPRESS), maka diketahui hasil total skor tertimbang untuk faktor internal sebesar 3.58962 dan total skor tertimbang untuk faktor eksternal sebesar 2.977563. dan hasil analisis dengan menggunakan menggunakan IE Matriks diketahui bahwa untuk PT. Sinar Indo Pratama (SINDO EXPRESS) berada pada sel IV, dengan demikian strategi yang harus diterapkan adalah *Growth and Build* (tumbuh dan membangun).
3. Strategi pemasaran yang bisa dikembangkan untuk perusahaan PT. Sinar Indo Pratama (SINDO EXPRESS) saat ini adalah:

- Strategi penetrasi pasar
- Strategi pengembangan produk

5.2 Saran

Setelah mempelajari dan mengkaji hasil penelitian diatas, beberapa saran yang diberikan peneliti untk PT. Sinar Indo Pratama (SINDO EXPRESS) adalah:

1. Melakukan kegiatan promosi untuk lebih mengenalkan produk perusahaan kepada para pelanggan yang lain.
2. Pemberian diskon kepada pelanggan yang loyal kepada perusahaan sebagai bentuk apresiasi kesetiaan mereka.
3. Pengembangan/penambahan infrastruktur penunjang kegiatan operasional perusahaan sebagai langkah antisipasi dimasa yang akan datang.





Daftar Pustaka :

- David, Fred R, 2002. *Concept of Strategic Management*, New Jersey, Prentice Hall, Inc, Terjemahan PT Prenhallindo Jakarta.
- Erwien J. Dwiputra, 2002. Penggunaan Analisis SWOT Sebagai Suatu Dasar Dalam Perumusan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Layanan C-Phone oleh Telkom Divre 5 Jawa Timur).
- Ika Wahyuni Rositasari, 2001. Peranan Analisis SWOT Sebagai Dasar Penentuan strategi Pemasaran Layanan Payment Gateway Pada PT X di Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Keenam. Terjemahan Jakarta: PT Prenhallindo.
- Rangkuty, Freddy. 1997. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cetakan Kedua, Penerbit PT. Gramedia Pustaka, Jakarta, 1997.
- Gultiman, Joseph P dan Gordon W. Paul, 2002. Manajemen Pemasaran: Strategi dan program, edisi ketiga. Terjemahan. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadai, Rambat, 2001, Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek, edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Umar, Husein, 2001. Strategi Manajemen In Action, edisi Pertama, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sigian, Sondang P, 2001. Manajemen Strategik, edisi Empat, Jakarta: Bumi Askara.



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Kasali, Rhenald, 2001, *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targeting, Positioning*, Edisi Kelima, Jakarta: Penerbit PT. Garamedia Utama.



KUISIONER I

Petunjuk pengisian:

Untuk setiap nomor, berikan tanda “√” pada satu kolom yang sesuai, apakah faktor internal yang disebutkan merupakan kekuatan atau kelemahan dari Expedisi Sindo

Express pada saat ini, menurut pendapat anda:

NO	FAKTOR INTERNAL	KEKUATAN (STRENGHT)	KELEMAHAN (WEAKNESS)
1	Reputasi perusahaan		
2	Lokasi		
3	Kualitas pelayanan		
4	Kemampuan karyawan		
5	Kemudahan fasilitas pembayaran		
6	Penanganan barang sebelum dan sesudah pengiriman		
7	Kapasitas Gudang		
8	Penetapan harga Jual		
9	Lama pengiriman barang		

Responden

Nama :

Jabatan :



Kuisisioner II

Petunjuk pengisian:

Untuk setiap nomor, berikan tanda “√” pada satu kolom yang sesuai, apakah faktor internal yang disebutkan merupakan kekuatan atau kelemahan dari Expedisi Sindo

Express pada saat ini, menurut pendapat anda:

NO	FAKTOR EKTERNAL	PELUANG (OPPORTUNITIES)	ANCAMAN (THREAT)
1	Kondisi persaingan		
2	Tingkat pertumbuhan pasar		
3	Daya beli konsumen		
4	Perolehan Kebutuhan		
5	Kemudahan Transportasi (kapal)		
6	Kondisi Ekonomi		
7	Keadaan Politik dan keamanan		

Responden

Nama :

Jabatan :



Kuisisioner III

Petunjuk pengisian:

1. Berikan pendapat saudara tentang bobot dan nilai dan faktor strategi internal perusahaan berikut ini.
2. Untuk kolom bobot, pembobotan diberi bobot dari: 0,1 (tidak penting) sampai 1,0 (paling penting). Pembobotan didasarkan pada pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis terhadap perusahaan, Semakin tinggi bobot artinya semakin penting pengaruh faktor tersebut terhadap kesuksesan perusahaan saat ini. Bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi total skor 1,0
3. Untuk kolom nilai tiap-tiap faktor internal diisi dengan nilai urutan sebagai berikut:
 - 1 → Dibawah rata-rata
 - 2 → Rata-rata
 - 3 → Diatas rata-rata
 - 4 → Sempurna

Nilai yang diberikan didasarkan atas pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya.



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

NO	FAKTOR INTERNAL	BOBOT	NILAI
	Kekuatan		
1	Reputasi perusahaan		
2	Lokasi		
3	Kualitas pelayanan		
4	Kemampuan karyawan		
5	Kemudahan fasilitas pembayaran		
6	Penanganan barang sebelum dan sesudah pengiriman		
7	Kapasitas Gudang		
	Kelemahan		
8	Penetapan Harga Jual		
9	Lama Pengiriman Barang		
	TOTAL	100	

Responden

Nama :

Jabatan :



Kuisisioner IV

Petunjuk pengisian:

4. Berikan pendapat saudara tentang bobot dan nilai dan faktor strategi eksternal perusahaan berikut ini.
5. Untuk kolom bobot, pembobotan diberi bobot dari: 0,1 (tidak penting) sampai 1,0 (paling penting). Pembobotan didasarkan pada pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis terhadap perusahaan, Semakin tinggi bobot artinya semakin penting pengaruh faktor tersebut terhadap kesuksesan perusahaan saat ini. Bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi total skor 1,0
6. Untuk kolom nilai tiap-tiap faktor internal diisi dengan nilai urutan sebagai berikut:
 - 1 → Dibawah rata-rata
 - 2 → Rata-rata
 - 3 → Diatas rata-rata
 - 4 → Sempurna

Nilai yang diberikan didasarkan atas pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya.



Karya Ilmiah Milik Perustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

NO	FAKTOR EKTERNAL	BOBOT	NILAI
	Peluang		
1	Kondisi persaingan		
2	Tingkat pertumbuhan pasar		
3	Daya beli konsumen		
4	Perolehan Kebutuhan		
5	Kemudahan Transportasi (kapal)		
	Ancaman		
6	Kondisi Ekonomi		
7	Keadaan Politik dan keamanan		
	TOTAL	100	

Responden

Nama :

Jabatan :