

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penerapan analisis SWOT dapat melalui 3 alat analisis, yaitu analisis Faktor Internal (IFAS), analisis Faktor Eksternal (EFAS) dan Matrik Analisis SWOT yang adalah sebagai berikut:

1. Analisis Internal (IFAS)

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Produk rokok variatif (UN Mild 16,153 filter 16, gudang rejeki 16,153 Lista KML Kretek 12,153 KML Kretek 16, 153 KML Kretek 12).
- 2) Kualitas bahan baku (saos) baik.
- 3) Harga yang ditawarkan ke masyarakat terjangkau
- 4) Karakteristik produk (citra merk) baik.
- 5) Diskon dalam penjualan (Kontribusi melalui event).
- 6) Lokasi perusahaan strategis (Akses transportasi mudah).
- 7) Melakukan promosi penjualan tidak langsung melalui iklan (poster & stiker).
- 8) Melakukan promosi penjualan langsung dengan mengadakan event.
- 9) Pelayanan pengiriman tepat waktu.

b. Kelemahan (*Weakness*)

- 1) Kemasan kurang menarik
- 2) Kualitas produk dibanding pesaing (Bentoel, Djarum, Sampoerna) kurang.
- 3) Kualitas SDM yang ada di perusahaan dalam bidang marketing/pemasaran terbatas.
- 4) Promosi penjualan (billboard, pemasangan spanduk di titik lokasi yang strategis) belum dilakukan.
- 5) Jangkauan wilayah distribusi kurang luas.

2. Analisis Eksternal (EFAS)

a. Peluang (*Opportunities*)

- 1) Trend penjualan rokok meningkat setiap tahun.
- 2) Beralihnya customer rokok kompetitor ke rokok PT. Batu Karang.
- 3) Gaya/ pola hidup masyarakat dengan lebih dari 35% masyarakat Indonesia adalah perokok aktif.
- 4) Adanya segmen market yang loyal dengan merk-merk tertentu yang terjamin kualitasnya dan sudah pas dengan cita rasa yang diberikan. PT Batu Karang mempunyai produk untuk berbagai segmen pasar.
- 5) banyaknya kegiatan lokal seperti event dan warung/toko akan meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) yang dimiliki produk, sehingga memudahkan produk itu mudah dikenal/diingat oleh konsumen.

b. Ancaman (*Threats*)

- 1) Kondisi perekonomian saat ini yang sedang menurun.
- 2) Persaingan dari kompetitor dengan variasi & kemasan yang baru.
- 3) Tarif cukai rokok naik per 1 Januari 2020 sebesar 23% dan harga jual eceran rokok rata-rata naik 35%.
- 4) Adanya kenaikan biaya bahan baku dan bahan kemasan seperti kertas pembungkus rokok, tembakau, cengkeh dan kenaikan pita cukai rokok, sehingga harga produksi semakin meningkat.
- 5) Beralihnya konsumen rokok tembakau ke rokok elektrik (*vape*) khususnya untuk konsumen anak muda.

Hasil dari Analisis SWOT yaitu Kekuatan (Strength) : 2,687, Kelemahan (Weakness) : 0,641, Peluang (Opportunities) : 2,129, Ancaman (Threats) : 0,944. Dengan begitu maka diketahui bahwa kekuatan lebih unggul dari kelemahan dengan selisih nilai sebesar 2,046, dan peluang mendapatkan nilai diatas ancaman dengan selisih sebesar 1,185. Dari nilai diatas diketahui bahwa kekuatan PT. Batu Karang mampu digunakan untuk meraih peluang yang ada serta meminimalisir ancaman yang akan datang.

Setelah mengetahui analisis internal dan eksternalnya dan membuatt diagram Cartesius dalam kuadran 1 yang artinya dalam posisi pertumbuhan agresif, dengan memksimalkan kekuatan dan dapat memanfaatkan peluang sebaik-baiknya..

3. Strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT pada PT. Batu Karang adalah dengan strategi SO (Strength-Opportunities) yaitu menciptakan strategi pemasaran yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dengan kondisi perusahaan saat ini maka strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah :

- a. Berinovasi terus-menerus terhadap produk-produknya serta pilihan variasi yang ditawarkan dengan menciptakan produk tembakau rokok yang rendah kandungan nikotin dan tar untuk kebutuhan konsumen yang ingin mengurangi efek zat kimia yang terkandung dalam rokok.
- b. promosi melalui iklan dengan menyebarkan stiker/poster kepada pasar sasaran yang dituju melalui toko/warung.
- c. Mempertahankan citra merk dengan memperkuat rasa dan aroma teh yang sudah menjadi ciri khas rokok PT. Batu Karang.
- d. Mempertahankan harga jual produk.
- e. Meningkatkan pelayanan pengiriman distribusi dari produksi untuk bisa sampai ke tangan konsumen sesuai dengan perencanaan.

B. Saran

Untuk meningkatkan perkembangan PT. Batu Karang maka ada beberapa hal yang bisa dilakukan oleh perusahaan,yaitu:

1. Diharapkan perusahaan PT. Batu Karang mulai menerapkan strategi perusahaan menggunakan analisis SWOT.
2. Diharapkan perusahaan mempunyai inovasi dalam produknya dengan menciptakan produk tembakau rokok yang rendah kandungan nikotin

dan tar untuk kebutuhan konsumen yang ingin mengurangi efek zat kimia yang terkandung dalam rokok.

3. Diharapkan perusahaan mulai melakukan promosi dengan memasang billboard di titik lokasi yang strategis agar produk bisa lebih dikenal.



DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers. Jakarta
- Fadilah Anas, Cicik Harini, Aziz F. 2018. *Marketing strategy through SWOT Analysis on Dealer Honda Priama Jaya Abadi Branch Tembalang Semarang*. Diambil dari : jurnal.unpand.ac.id. Diakses tanggal 6 Februari 2020.
- Fahmi, Irham, 2013, Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi, Alfabeta. Bandung.
- Hasan, Ali. 2013. Marketing dan kasus-kasus pilihan. CAPS (*Center For Academic Publishing Service*). Yogyakarta
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2010. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Erlangga. Jakarta.
- Manap, Abdul. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama. Wacana Media. Jakarta.
- Munawaroh. 2013. Analisis SWOT sebagai dasar penetapan Strategi Pemasaran pada perusahaan jamu Cuk Sirih di Banjarmasin. Banjarmasin. Diambil dari : journal.stieikayutangi-bjm.ac.id. Diakses tanggal 7 April 2020.
- Neacsu, M. N. & Platon, O. E. 2019. *Using SWOT analysis to substantiate marketing strategies for balneo-tourism*. Diambil dari : academia.edu. Diakses tanggal 28 Juni 2020.
- Nursalisah, Febi dan Syaifullah 2012 . “Analisis Perencanaan Strategi Sistem Informasi pada Institusi Pendidikan”. Pekanbaru. Diambil dari : uin-suska.ac.id. Diakses tanggal 7 April 2020.
- Rangkuti, Freddy. 2013. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Roby. 2015. Penerapan analisis SWOT sebagai landasan merumuskan strategi pemasaran usaha jasa sewa mobil “AMAN AMIN” transport tours & travel Ambarketawang, Sleman, Yogyakarta. Yogyakarta. Diambil dari : eprints.uny.ac.id. Diakses tanggal 7 April 2020.
- Sanusi, Anwar. 2011. Metode Penelitian Bisnis. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Susanto, Zakaria. 2017. Analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi pemasaran di klinik pratama PKU Muhammadiyah

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Cangkringan. Diambil dari : mars.umy.ac.id. Diakses tanggal 7 April 2020.

Tamara, Angelica. 2016. Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. Diambil dari : ejournal.unsrat.ac.id. Diakses tanggal 7 April 2020.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2017. Pemasaran Strategik. Edisi ke-3. Yogyakarta.

