

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan data yang telah diolah penulis pada beberapa bab sebelumnya dapat dibuat sebuah kesimpulan bahwa PT. Abadi Kokoh Insani memiliki diferensiasi dengan pesaing berdasarkan bentuk, kualitas produk, dan jumlah variasi pelumas yang mengikuti kebutuhan konsumen. Perusahaan juga memasarkan produknya selain dengan sistem *direct marketing* seperti menjualnya langsung pada agen atau pengecer namun perusahaan juga berusaha dengan beberapa cara salah satunya menjadi sponsor *event* perlombaan motor atau mobil, dan dengan memberikan harga spesial seperti diskon pada produk tertentu, *buy 2 get 1*, *bundling* atau juga bisa menggunakan sistem lainnya seperti pada saat *event* tertentu yang penyelenggaraannya sedang berlangsung. Perusahaan juga tidak hanya melayani perusahaan lain (B2B) melainkan juga dengan *retail* (B2C) Dari semua data yang ada dapat disimpulkan dengan model matriks analisis SWOT Perusahaan berada pada kuadran I yakni perusahaan sudah dalam keadaan kondisi yang prima meskipun faktor kekuatan perusahaan telah mendominasi dan menutupi kelemahan yang ada, tidak menutup kemungkinan apabila perusahaan dalam keadaan lengah pangsa pasar akan direbut oleh pesaing.

Strategi yang cocok untuk perusahaan kini adalah ST (*Strength-Threats*), karena menurut penulis berdasarkan hasil data keseluruhan yang ada

akan sangat bagus apabila perusahaan dapat menguatkan faktor-faktor *internal* seperti produk yang memberikan perbedaan secara menonjol dari pesing dan menekan atau menghindari ancaman yang mungkin akan timbul.

B. Saran

1. Menambah sumber pendistribusian agar dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman
2. Menambah pangsa pasar yang belum diambil atau sedikit pemasok agar dapat unggul diantaranya