

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat di simpulkan beberapa hal sebagai berikut

1. Faktor Internal dalam menentukan strategi bersaing pada PT TAP Cabang Brebes terdiri dari kekuatan meliputi : produk yang di kluarkan sesuai kebutuhan pelanggan atau outlet, selalu ada program baru untuk pelanggan Telkomsel, reputasi yang cukup baik dalam pelayanan, memberikan sponsorship bagi sekolah-sekolah atau kampus yang ada kegiatan melalui event sesuai dengan kebutuhan sekolah atau kampus tersebut.
2. Faktor Eksternal dalam menentukan strategi bersaing pada PT TAP Cabang Brebes terdiri dari ancaman meliputi : terlalu banyak server pulsa all oprator di Brebes, persaingan kart perdana internet dari provider lain dengan kouta lebih besar dan harga lebih terjangkau dari pada Telkomsel, dan jaringan Telkomsel di beberapa wilayah di Brebes mulai tidak stabil.
3. Berdasarkan analisis Internal dan Eksternal perusahaan berserta diagram SWOT dapat di peroleh bahwa yang menjadi strategi utama PT TAP Cabang Brebes adalah strategi Growth ( Perkembangan ) dimana PT TAP Cabang Brebes dapat mengembangkan perusahaan dan produk yang dijual dengan cara mengembangkan kemampuan tenaga kerja serta memanfaatkan promosi dengan baik.

4. Berdasarkan Matriks SWOT maka strategi yang digunakan PT TAP Cabang Brebes adalah strategi ST yaitu Strategi dengan menggunakan strength (kekuatan) yang di miliki perusahaan untuk memanfaatkan Threat (Ancaman) yaitu :

- a. Meningkatkan pelayanan untuk menghadapi ancaman pesaing baru, persaingan fasilitas atau fitur dan koneksi jaringan
- b. Memperkuat promosi dengan menambah event, program dan kegiatan sosial.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka di sampaikan saran :

1. Bagi perusahaan, melakukan promosi yang lebih gencar untuk meningkatkan jumlah konsumen, menambah fasilitas pemancar sinyal terutama di daerah terpencil di Brebes agar jaringan atau koneksi lebih stabil, menambah persediaan di outlet dan meningkatkan kemampuan tenaga penjual.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan meneliti analisis strategi pemasaran lain seperti bauran pemasaran agar sudut pandang peneliti lebih luas.