

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis faktor strategis menunjukkan bahwa PT. Hita Pradana Nawasena memiliki posisi yang sangat menguntungkan untuk bertumbuh. Secara internal, perusahaan menunjukkan kekuatan yang dominan dengan total skor IFAS sebesar 3,49. Kekuatan ini ditopang oleh fondasi yang kokoh, meliputi reputasi profesional di mata klien, kelengkapan legalitas di sistem *e-katalog*, serta kapabilitas tim yang sangat responsif dan proaktif dalam komunikasi maupun penanganan kendala. Di sisi eksternal, dengan total skor EFAS sebesar 2,76, perusahaan terbukti mampu merespons secara efektif berbagai peluang yang ada, seperti ekspansi pengadaan melalui *e-katalog* dan potensi besar untuk mendapatkan rekomendasi dari klien yang puas.

Pemetaan pada diagram analisis SWOT mengonfirmasi posisi superior ini dengan menempatkan PT. Hita Pradana Nawasena pada Kuadran I, yang merekomendasikan penerapan Strategi Agresif (*Growth Oriented Strategy*). Hal ini menegaskan bahwa arah strategi perusahaan untuk secara aktif memanfaatkan kekuatan internal guna merebut peluang pasar sudah sangat tepat. Namun, implementasi strategi yang unggul ini belum sepenuhnya mampu menghasilkan peningkatan volume omzet yang stabil. Keberhasilan tersebut masih terhambat oleh beberapa kelemahan operasional yang signifikan, terutama ketergantungan pada kesiapan stok vendor dan ketiadaan sistem pemantauan pengiriman yang bersifat *real-time*. Selain itu, ancaman

eksternal berupa persaingan harga yang ketat juga menjadi tantangan yang perlu dikelola. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis perusahaan sudah berada di jalur yang benar, namun memerlukan penguatan pada aspek manajemen rantai pasok dan adopsi teknologi untuk dapat merealisasikan potensi pertumbuhan omzet secara optimal dan berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti merumuskan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

1. Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat menjadi rujukan tambahan bagi pengembangan kajian strategi pemasaran dan manajemen pengadaan berbasis digital. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas variabel yang diteliti, misalnya dengan menambahkan aspek literasi digital, efektivitas rantai pasok, atau kepuasan pelanggan sebagai faktor yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Selain itu, metode penelitian kuantitatif atau mixed methods dapat digunakan untuk memberikan pembuktian empiris yang lebih kuat terkait hubungan antarvariabel yang dianalisis.

2. Bagi Penulis

Bagi penulis sendiri, penelitian ini memberikan pengalaman berharga dalam mengkaji praktik bisnis pada perusahaan baru yang bergerak di bidang pengadaan berbasis e-katalog. Ke depan, penulis diharapkan dapat

mengembangkan kemampuan analisis yang lebih mendalam, memperluas referensi literatur internasional, serta memperkaya teknik analisis data agar menghasilkan karya ilmiah yang lebih komprehensif.

3. Bagi Perusahaan

Perusahaan perlu memperkuat sistem manajemen rantai pasok dengan memastikan ketersediaan stok vendor secara real-time untuk menghindari keterlambatan pengadaan. Selain itu, penguatan strategi pemasaran melalui pemanfaatan teknologi informasi, optimalisasi platform digital, serta peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor penting untuk memenangkan persaingan di pasar yang sangat kompetitif. PT Hita Pradana Nawasena juga disarankan membangun program pelatihan internal guna meningkatkan kompetensi karyawan dalam penguasaan sistem e-katalog, serta memperluas jaringan kemitraan dengan vendor maupun instansi pemerintah untuk memperbesar peluang proyek.

4. Bagi Pihak Lain

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan topik serupa pada sektor atau perusahaan yang berbeda, sehingga dapat memberikan gambaran perbandingan yang lebih luas. Bagi instansi pemerintah, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam mengevaluasi efektivitas penerapan e-katalog dan mendorong peningkatan kualitas regulasi yang mendukung transparansi serta efisiensi pengadaan. Sedangkan bagi pelaku usaha lain, penelitian ini dapat dijadikan inspirasi

dalam merumuskan strategi pemasaran digital berbasis platform untuk meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis.