

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

1. Pencapaian *revenue* Januari–Agustus 2025 belum stabil, dengan penurunan signifikan pada April, Mei, dan Agustus, yang menunjukkan belum mampu menjaga konsistensi pendapatan.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan nilai matrix IFE 2,44 (kondisi internal lemah) dan EFE 2,70 (peluang eksternal besar). Posisi Perusahaan berada pada kuadran III (Weakness-Opportunities), sehingga perlu memanfaatkan peluang dengan meminimalkan kelemahan internal.
3. Strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan *revenue* berdasarkan analisis Matriks TOWS meliputi pengembangan layanan digital seperti e-course dan webinar, optimalisasi digital marketing, penerapan sistem evaluasi kinerja berbasis data menggunakan KPI serta peningkatan kompetensi sumber daya manusia.
4. Implementasi strategi tersebut diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memperbaiki kondisi internal, meningkatkan efektivitas pemasaran, memperluas jangkauan pasar khususnya pada segmen UMKM dan startup, serta mendorong peningkatan *revenue* yang lebih stabil dan berkelanjutan.

#### **6.2 Saran**

Agar strategi peningkatan *revenue* berbasis analisis SWOT dan Matriks TOWS dapat berjalan efektif dan berkelanjutan, perusahaan disarankan untuk memperhatikan beberapa hal berikut:

1. Memperkuat kapabilitas internal perusahaan dengan cara meningkatkan konsistensi pencapaian *revenue*, melakukan evaluasi kinerja berbasis data, penerapan Key Performance Indicator (KPI) yang jelas, serta pemberian insentif atau reward untuk meningkatkan motivasi tim pemasaran dan penjualan.
2. Mengoptimalkan strategi *digital marketing* secara lebih terintegrasi, melalui perencanaan konten yang terarah, penentuan target pasar yang lebih spesifik,

serta evaluasi performa pemasaran secara berkala untuk memaksimalkan peluang pasar yang ada.

3. Mengembangkan layanan berbasis digital, seperti webinar, e-course, dan program konsultasi berlangganan, sehingga perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar serta menciptakan sumber pendapatan yang lebih beragam.
4. Meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, khususnya tim konsultan dan tim pemasaran, melalui pelatihan, workshop, atau kerja sama dengan pihak yang berpengalaman dalam bidang *digital marketing* dan konsultasi bisnis.
5. Melakukan evaluasi kinerja pemasaran dan pencapaian *revenue* secara rutin, misalnya setiap bulan, untuk menilai efektivitas strategi yang diterapkan serta melakukan perbaikan secara berkelanjutan.

Dengan penerapan saran tersebut, perusahaan diharapkan dapat memperbaiki kelemahan internal sekaligus memanfaatkan peluang eksternal yang ada, sehingga mampu meningkatkan jangkauan pasar, menarik lebih banyak klien potensial, dan mencapai pertumbuhan *revenue* yang lebih stabil dan berkelanjutan.