

## **Penerapan Strategi Analisis SWOT Pada PT. Multi Indiguna Persada**

**Chintya Ones Charli<sup>1</sup>, Putri Rahmawati<sup>2</sup>, Ririn Yulia Pransiska<sup>3</sup>, Vitria Anjela Suci<sup>4</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Putri Rahmawati

**E-mail:** [putrihwmwti718@gmail.com](mailto:putrihwmwti718@gmail.com)

### **Abstrak**

*Dalam analisis ini, fokus utama adalah mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor internal yang mempengaruhi kinerja perusahaan gas. Kekuatan internal mencakup aset strategis, kapabilitas operasional, dan keunggulan kompetitif yang membedakan perusahaan dari pesaingnya. Di sisi lain, kelemahan internal perlu diidentifikasi agar dapat ditangani dan diperbaiki guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Selanjutnya, analisis SWOT juga melibatkan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perusahaan gas. Peluang harus diidentifikasi agar perusahaan dapat memanfaatkan tren pasar, teknologi baru, atau perubahan regulasi untuk mengembangkan strategi pertumbuhan dan diversifikasi yang berkelanjutan. Ancaman eksternal, seperti persaingan yang ketat, fluktuasi harga energi, atau perubahan kebijakan pemerintah, harus diantisipasi dan diatasi melalui strategi mitigasi risiko yang efektif. Dengan menganalisis SWOT secara komprehensif, perusahaan gas dapat memperoleh wawasan yang berharga untuk mengoptimalkan potensi internalnya dan menghadapi tantangan di lingkungan eksternal. Temuan dan rekomendasi yang dihasilkan dari analisis ini dapat membantu perusahaan gas dalam mengarahkan strategi bisnis, pengembangan produk dan layanan, serta pengambilan keputusan yang cerdas. Penelitian ini menguraikan pentingnya analisis SWOT dalam konteks perusahaan gas, menyoroti manfaatnya sebagai landasan untuk pengambilan keputusan strategis. Dalam era yang terus berubah, perusahaan gas yang mampu beradaptasi dengan cepat dan mengoptimalkan kekuatannya internal untuk memanfaatkan peluang pasar akan tetap kompetitif dan berkelanjutan di industri energi yang semakin kompleks.*

**Kata kunci** - Strategi, Strengths, Weakness, Opportunities, Threats

### **Abstract**

*In this analysis, the main focus is to identify and evaluate the internal factors that affect the performance of gas companies. Internal strengths include strategic assets, operational capabilities, and competitive advantages that set the company apart from its competitors. On the other hand, internal weaknesses need to be identified so that they can be addressed and corrected to improve operational efficiency and effectiveness. Furthermore, a SWOT analysis also involves a deep understanding of the external factors that affect the gas company. Opportunities must be identified so that companies can take advantage of market trends, new technologies, or regulatory changes to develop sustainable growth and diversification strategies. External threats, such as stiff competition, fluctuations in energy prices, or changes in government policies, must be anticipated and addressed through effective risk mitigation strategies. By comprehensively analyzing SWOT, gas companies can gain valuable insights to optimize their internal potential and face challenges in the external environment. The findings and recommendations resulting from this analysis can help gas companies in directing business strategies, product and service development, and intelligent decision-making. The study outlines the importance of SWOT analysis in the context of gas companies, highlighting its benefits as a foundation for strategic decision-making. In an ever-changing era, gas companies that are able to adapt quickly and optimize their internal strengths to take advantage of market opportunities will remain competitive and sustainable in an increasingly complex energy industry.*

**Keywords** - Strategy, Strengths, Weakness, Opportunities, Threats

## **PENDAHULUAN**

Dalam era modern ini, keberlanjutan dan ketersediaan sumber daya energi menjadi fokus utama bagi perekonomian global. Dalam konteks ini, industri gas menjadi salah satu sektor yang krusial. Gas alam sebagai salah satu jenis bahan bakar yang efisien dan ramah lingkungan telah menjadi pilihan utama dalam berbagai sektor, termasuk pembangkit listrik, transportasi, industri, dan rumah tangga. Oleh karena itu, analisis yang komprehensif mengenai posisi perusahaan gas dalam pasar yang kompetitif menjadi sangat penting untuk memahami peluang dan tantangan yang dihadapi.

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) telah menjadi alat yang efektif dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Dalam konteks perusahaan gas, analisis SWOT memungkinkan pengungkapan kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan, kelemahan yang harus diatasi, peluang yang dapat ditangkap, serta ancaman yang perlu diwaspadai.

Pada bagian pertama analisis SWOT ini, kita akan mengeksplorasi kekuatan-kekuatan internal yang dimiliki oleh perusahaan gas. Sebagai contohnya, infrastruktur yang kuat dan mapan dapat menjadi salah satu kekuatan utama perusahaan gas. Mereka dapat memiliki jaringan pipa yang luas dan terintegrasi dengan baik, terminal penyimpanan gas yang modern, serta kemampuan logistik yang efisien untuk mendistribusikan gas ke berbagai pelanggan di seluruh wilayah yang dilayani. Selain itu, perusahaan gas mungkin memiliki kemitraan strategis dengan produsen gas alam untuk memastikan pasokan yang stabil dan harga yang kompetitif. Keahlian teknis dan pengetahuan mendalam mengenai penyimpanan dan distribusi gas juga merupakan kekuatan yang tak dapat diabaikan.

Namun, seperti halnya perusahaan lainnya, perusahaan gas juga memiliki kelemahan internal yang perlu diatasi. Salah satunya adalah kerentanan terhadap fluktuasi harga dan pasokan gas alam. Perusahaan gas harus mampu menghadapi ketidakpastian pasar dan beradaptasi dengan perubahan kebijakan energi yang dapat mempengaruhi permintaan dan harga gas alam. Selain itu, perusahaan gas mungkin menghadapi tantangan dalam hal keberlanjutan dan ramah lingkungan. Sementara gas alam dianggap sebagai bahan bakar yang lebih bersih daripada batu bara atau minyak, ada kebutuhan yang semakin meningkat untuk mengurangi emisi gas rumah kaca secara lebih lanjut. Perusahaan gas harus mempertimbangkan solusi inovatif, seperti investasi dalam teknologi gas alam terkompresi (CNG) atau pengembangan gas alam terkompresi (LNG) sebagai bahan bakar pengganti.

## **METODE**

Model penelitian ini adalah penelitian deskriptif / kualitatif yaitu penelitian yang mencoba untuk memecahkan masalah yang terjadi pada kondisi sekarang atau actual dengan pendekatan pendekatan analisis data hubungan sebab akibat. Objek penelitian ini adalah PT. Multi Indiguna Persada yang berada di Jalan Veteran No 36 Kota Padang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi kepada pihak pengelola dan pihak-pihak lain yang secara tidak langsung juga memiliki hubungan dengan PT. Multi Indiguna Persada. Teknik analisis data dalam perumusan strategi bisnis ini menggunakan analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats). Tahap 1 yaitu tahap pembobotan disini akan ada Matriks Evaluasi Faktor Internal (Internal Factor Evaluation-IFE), Matriks Faktor Eksternal (External Factor Evaluation-EFE). Sedangkan Tahap 2 yaitu Tahap penilaian (rating/score) Matriks Kekuatan – Kelemahan – Peluang - Ancaman (Strength- Weakness-Opportunities-Threats),Selanjutnya Tahap 3 adalah merupakan Tahap Keputusan (Decision Stage) berkaitan dengan Matriks Perencanaan Strategis (Matriks TOWS).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Usaha**

LPG merupakan bahan bakar berupa gas yang dicairkan (Liquified Petroleum Gasses) dan merupakan produk minyak bumi yang ramah lingkungan dan banyak digunakan oleh rumah tangga

dan industri. Program konversi minyak tanah ke LPG yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia sejak tahun 2007 kini telah menjangkau hampir seluruh kawasan Indonesia. Hal ini menyebabkan banyaknya permintaan masyarakat terhadap LPG, khususnya LPG 3 kg. Salah satu produk LPG yang dikeluarkan oleh Pertamina ini paling banyak digunakan masyarakat karena praktis dan memiliki harga yang paling murah diantara tabung LPG lainnya.

PT. Multi Indiguna ini merupakan salah satu agen LPG 3 kg bersubsidi untuk wilayah Kabupaten Padang Pariaman. Perusahaan ini berlokasi di Jalan Veteran nomor 39, Padang, Sumatera Barat. Perusahaan ini menyalurkan LPG dari SPPBE kepada pangkalan yang telah terdaftar di Pertamina. Saat ini PT gas LPG ini memiliki beberapa pangkalan yang tersebar di Kota Padang. Agen memiliki wewenang untuk menambah atau mengurangi jumlah pangkalan atau alokasi setiap pangkalan. Harga dan jumlah LPG yang disalurkan ditetapkan oleh Pertamina dan diawasi oleh Undang-Undang.

### **Visi, Misi, dan Tujuan**

#### **A. Visi**

Menjadi perusahaan penyalur untuk masyarakat miskin secara tepat sasaran.

#### **B. Misi**

- Memberikan pelayanan kepada masyarakat untuk membantumenyalurkan gas subsidi elpiji 3 kg kepada masyarakat miskinsecaratepat sasaran.
- Memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan gas subsidi pemerintah secara mudah dengan adanya agen sebagai sub bagian penyaluran gas elpiji
- Mendukung penyediaan dan akses energi untuk pertumbuhan ekonomi yang berwawasan lingkungan.
- Menjadi bagian pengembangan investasi dan distribusi di industri energi.
- Melakukan perkembangan bisnis secara agresif di pasar domestik.

#### **Tujuan Usaha**

1. Memperoleh keuntungan.
2. Menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan kewirausahaan dalam melakukan kegiatan usaha.
3. Mewujudkan kemampuan dan kemandirian dalam berwirausahaan untuk meningkatkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.
4. Membudayakan semangat, sikap, prilaku dan kemampuan kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan masyarakat yang mampu di andalkan dan terdepan dalam berwirausaha.

#### **Aspek Manajemen**

- **Struktur Organisasi**

PT. Multi Indiguna Persada memiliki struktur organisasi perusahaan yang terdiri dari direktur utama, direktur, komisaris, admin dan korlap.

- **Strategi Usaha**

1. Melakukan upaya peningkatan pasar yang lebih luas agar dapat memperluas jangkauan konsumen.
2. Melakukan digital marketing (periklanan dan promosi) bisnis secara online dengan optimal untuk membantu meningkatkan traffic pengunjung

- **Lokasi**

PT. Multi Indiguna Persada ini berlokasi di jalan Veteran Nomor 39, Purus, Kec Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat.

- **Waktu Operasional**

PT. Multi Indiguna Persada ini beroperasi mulai pukul 08.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB yang mana hari kerja 4 hari dalam satu minggu yaitu pada hari Senin, Selasa, Rabu, dan Kamis.

- **Target Pelanggan**

Yang menjadi target pelanggan yaitu mahasiswa, rumah tangga, bahkan restoran. Dalam menjalankan usaha ini sasaran pembeli yaitu mencakup semua kalangan masyarakat, baik kalangan bawah, kalangan menengah dan kalangan atas. Dari semua kalangan tersebut sebagian besar mampu

untuk membeli produk yang ditawarkan, karna harga yang diberikanpun cukup terjangkau untuk semua kalangan. Harga yang diberikan yaitu mulai dari Rp20.000 sampai dengan Rp25.000.

**Analisis SWOT dan Penentuan Matriks IFE, Matriks EFE, Serta Matriks TOWS.**

**Tabel 1.**  
Faktor-faktor Internal kunci (PT.Multi Indiguna Persada)

Faktor – faktor Internal	Tingkat Signifikan	Bobot
<b>Kekuatan(strength)</b>		
1.Lokasi usaha yang strategis	3	0.076
2. Harganya terjangkau	3	0.076
3. Menggunakan konsep pangkalan	3	0.076
4.Penjualan produk relatif mudah	2	0.051
5.Kualitas pelayanan kepada pelanggan sangat memuaskan	3	0.076
6.Produk yang dihasilkan sangat dibutuhkan oleh masyarakat	3	0.076
7.Properti yang digunakan sudah berteknologi canggih	2	0.051
8.Menguasai pangsa pasar	2	0.051
<b>Kelemahan (Weakness)</b>		
1.Modal besar	3	0.076
2.Pesaingnya banyak	3	0.076
3.Pesaing PT.Indiguna Persada dalam menyalurkan gas LPG kepada masyarakat cukup banyak	2	0.051
4.Ketergantungan pasokan pada satu pemasok,sehingga apabila terjadi kerlambatan pasokan produk akan mengganggu operasional perusahaan	2	0.051
5.Tenaga kerja terbatas	1	0.025
6.Terjadinya penumpukan gas di gudang	2	0.051
7. Konsumennya yang berasal dari daerah terdekat	2	0.051
8..Lokasi kantor yang jauh dari gudang	3	0.076
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>1</b>

Penentuan Bobot didasarkan Skala Signifikan  
3= Signifikan, 2= Sedang, 1=Sangat Tidak Signifikan

**Tabel 2.**  
Faktor-faktor Eksternal kunci (PT.Multi Indiguna Persada)

Faktor-Faktor Eksternal	Tingkat Signifikan	Bobot
<b>Peluang (Opportunity)</b>		
1. Pasar bisnis yang tinggi	2	0.057
2. Harga jual yang murah	3	0.085
3. Sumber daya migas yang masih cukup tinggi	3	0.085
4. Dapat membuka peluang pangkalan baru	2	0.057
5. Peluang untuk berkompetisi dalam skala regional maupun internasional	2	0.057
6. Menjalinkan hubungan dengan pelanggan	3	0.085
7. Memberikan pelayanan yang baik	3	0.085
8. Memberikan promo secara online kepada pelanggan	2	0.057
<b>Ancaman(threat)</b>		
1. Banyaknya pesaing disekitar pangkalan	2	0.057

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

2. Krisis ekonomi dapat menyebabkan konsumen mengurangi pengeluaran untuk pembelian produk gas	1	0.028
3. Makin banyaknya pihak swasta yang melakukan eksplorasi migas di wilayah Indonesia	2	0.057
4. Pasar bebas dapat meningkatkan persaingan bisnis yang ketat	2	0.057
5. Kemajuan teknologi dapat mempengaruhi pembelian produk gas seperti kompor listrik	2	0.057
6. Terjadinya ketidakstabilan harga	2	0.057
7. Masih banyaknya masyarakat yang masih menggunakan kompor minyak tanah/ kayu bakar	2	0.057
8. Tingkat ukuran kg dapat mempengaruhi daya beli konsumen	2	0.057
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>1</b>

Penentuan Bobot didasarkan Skala Signifikan  
 3= Signifikan, 2= Sedang, 1=Sangat Tidak Signifikan

**Tabel 3.**  
 Penentuan Rating/Score Faktor Internal Kunci (PT.Multi Indiguna Persada)

Faktor-faktor Internal	Score
<b>Kekuatan(strength)</b>	
1. Lokasi usaha yang strategis	4
2. Harganya terjangkau	3
3. Menggunakan konsep pangkalan	5
4. Penjualan produk relatif mudah	3
5. Kualitas pelayanan kepada pelanggan sangat memuaskan	4
6. Produk yang dihasilkan sangat dibutuhkan oleh masyarakat	5
7. Properti yang digunakan sudah berteknologi canggih	3
8. Menguasai pangsa pasar	3
<b>Kelemahan(weakness)</b>	
1. Modal besar	5
2. Persaingannya banyak	4
3. Persaingan PT.Indiguna Persada dalam menyalurkan gas LPG kepada masyarakat cukup banyak	4
4. Ketergantungan pasokan pada satu pemasok, sehingga apabila terjadi keterlambatan pemasokan produk akan mengganggu operasional perusahaan	3
5. Tenaga kerja terbatas	2
6. Terjadinya penumpukan gas di gudang	4
7. Konsumennya yang berasal dari daerah terdekat	3
8. Lokasi kantor yang jauh dari gudang	5

**Tabel 4.**  
 Penentuan Rating/Score Faktor Eksternal Kunci (PT.Multi Indiguna Persada)

Faktor-Faktor Eksternal	Score
<b>Peluang (Opportunity)</b>	
1.Pasar bisnis yang tinggi	4
2.Harga jual yang murah	3
3.Sumber daya migas yang masih cukup tinggi	3
4.Dapat membuka peluang pangkalan baru	4

5.Peluang untuk berkompetisi dalam skala regional maupun internasional	1
6.Menjalin hubungan dengan pelanggan	5
7.Memberikan pelayanan yang baik	4
8.Memberikan promo secara online kepada pelanggan	3
<b>Ancaman(threat)</b>	
1.Banyaknya pesaing disekitar pangkalan	5
2.Krisis ekonomi dapat menyebabkan konsumen mengurangi pengeluaran untuk pembelian produk gas	3
3.Makin banyaknya pihak swasta yang melakukan eksplorasi migas diwilayah indonesia	4
4.Pasar bebas dapat meningkatkan persaingan bisnis yang ketat	3
5.Kemajuan teknolgi dapat memperngaruhi pembelian produk gas seperti kompor listrik	3
6.Terjadinya ketidakstabilan harga	2
7.Masih banyaknya masyarakat yang masih menggunakan kompor minyak tanah/ kayu bakar	3
8.Tingkat ukuran kg dapat memperngaruhi daya beli konsumen	3

**Penentuan Rating/Score didasarkan Skala Signifikan**

**3= Signifikan, 2= Sedang, 1=Sangat Tidak Signifikan**

**Tabel 5.**  
Matriks IFE

Faktor – faktor Internal	Bobot	Score	Rata2 Tertimbang
<b>Kekuatan(strength)</b>			
1.Lokasi usaha yang strategis	0.076	4	0.030
2. Harganya terjangkau	0.076	3	0.023
3. Menggunakan konsep pangkalan	0.076	5	0.038
4.Penjualan produk relatif mudah	0.051	3	0.153
5.Kualitas pelayanan kepada pelanggan sangat memuaskan	0.076	4	0.030
6.Produk yang dihasilkan sangat dibutuhkan oleh masyarakat	0.076	5	0.038
7.Properti yang digunakan sudah berteknologi canggih	0.051	3	0.153
8.Menguasai pangsa pasar	0.051	3	0.153
<b>Kelemahan (Weakness)</b>			
1.Modal besar	0.076	5	0.038
2.Pesaingnya banyak	0.076	4	0.030
3.Pesaing PT.Indiguna Persada dalam menyalurkan gas LPG kepada masyarakat cukup banyak	0.051	4	0.204
4.Ketergantungan pasokan pada satu pemasok,sehingga apabila terjadi terlambatan pasokan produk akan mengganggu operasional perusahaan	0.051	3	0.153
5.Tenaga kerja terbatas	0.025	2	0.05
6.Terjadinya penumpukan gas di gudang	0.051	4	0.204
7. Konsumennya yang berasal dari daerah terdekat	0.051	3	0.153
8..Lokasi kantor yang jauh dari gudang	0.076	5	0.038
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>60</b>	<b>1,488</b>

**Tabel 6.**  
Matriks EFE

Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Score	Rata2 Tertimbang
<b>Peluang (Opportunity)</b>			
1.Pasar bisnis yang tinggi	0.057	4	0.228
2.Harga jual yang murah	0.085	3	0.255
3.Sumber daya migas yang masih cukup tinggi	0.085	3	0.255
4.Dapat membuka peluang pangkalan baru	0.057	4	0.228
5.Peluang untuk berkompetisi dalam skala regional maupun internasional	0.057	1	0.057
6.Menjalinkan hubungan dengan pelanggan	0.085	5	0.425
7.Memberikan pelayanan yang baik	0.085	4	0.34
8.Memberikan promo secara online kepada pelanggan	0.057	3	0.171
<b>Ancaman(threat)</b>			
1.Banyaknya pesaing disekitar pangkalan	0.057	5	0.285
2.Krisis ekonomi dapat menyebabkan konsumen mengurangi pengeluaran untuk pembelian produk gas	0.028	3	0.084
3.Makin banyaknya pihak swasta yang melakukan eksprolasi migas diwilayah indonesia	0.057	4	0.228
4.Pasar bebas dapat meningkatkan persaingan bisnis yang ketat	0.057	3	0.171
5.Kemajuan teknologi dapat mempengaruhi pembelian produk gas seperti kompor listrik	0.057	3	0.171
6.Terjadinya ketidakstabilan harga	0.057	2	0.114
7.Masih banyaknya masyarakat yang masih menggunakan kompor minyak tanah/ kayu bakar	0.057	3	0.171
8.Tingkat ukuran kg dapat mempengaruhi daya beli konsumen	0.057	3	0.171
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>53</b>	<b>3,1</b>

**Tabel 7.**  
Matriks TOWS

<p style="text-align: center;"><b>INTERNAL</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EKSTERNAL</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Peluang (Opportunity)</b></p>	<p><b>Kekuatan(strength)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Lokasi usaha yang strategis</li> <li>2. Harganya terjangkau</li> <li>3. Menggunakan konsep pangkalan</li> <li>4.Penjualan produk relatif mudah</li> <li>5.Kualitas pelayanan kepada pelanggan sangat memuaskan</li> <li>6.Produk yang dihasilkan sangat dibutuhkan oleh masyarakat</li> <li>7.Properti yang digunakan sudah berteknologi canggih</li> <li>8.Meguasai pangsa pasar</li> </ol>	<p><b>Kelemahan (Weakness)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Modal besar</li> <li>2.Pesaingnya banyak</li> <li>3.Pesaing PT.Indiguna Persada dalam menyalurkan gas LPG kepada masyarakat cukup banyak</li> <li>4.Ketergantungan pasokan pada satu pemasok,sehingga apabila terjadi kerlambatan pasokan produk akan mengganggu operasional perusahaan</li> <li>5.Tenaga kerja terbatas</li> <li>6.Terjadinya penumpukan gas di gudang</li> <li>7. Konsumennya yang berasal dari daerah terdekat</li> <li>8..Lokasi kantor yang jauh dari gudang</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Pasar bisnis yang tinggi</li> <li>2.Harga jual yang murah</li> <li>3.Sumber daya migas yang masih cukup tinggi</li> <li>4.Dapat membuka peluang pangkalan baru</li> <li>5.Peluang untuk berkompetisi dalam skala regional maupun internasional</li> <li>6.Menjalin hubungan dengan pelanggan</li> <li>7.Memberikan pelayanan yang baik</li> <li>8.Memberikan promo secara online kepada pelanggan</li> </ol>	<p><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Menciptakan layanan yang baik terhadap pelanggan/konsumen (S5, O6,O7)</li> <li>2.Penerapan harga yang lebih murah dan bersaing/berkompetisi pada kondisi-kondisi tertentu (S2,O2,O5,O8)</li> </ol>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Melakukan upaya peningkatan pasar yang lebih luas agar dapat memperluas jangkauan konsumen (W1,W2,W3,O4,O5)</li> <li>2.Melakukan upaya untuk membuat lebih banyak pangkalan agar tidak terjadi penumpukan gas (W6,O4)</li> </ol>
<p><b>Ancaman(threat)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Banyaknya pesaing disekitar pangkalan</li> <li>2.Krisis ekonomi dapat menyebabkan konsumen</li> </ol>	<p><b>Strategi S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kualitas produk perusahaan dengan melalui penelitian dan pengembangan produk</li> </ol>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan jasa digital marketing (pengiklanan dan promosi) bisnis secara online dengan optimal untuk membantu</li> </ol>

<p>mengurangi pengeluaran untuk pembelian produk gas</p> <p>3. Makin banyaknya pihak swasta yang melakukan eksplorasi migas di wilayah Indonesia</p> <p>4. Pasar bebas dapat meningkatkan persaingan bisnis yang ketat</p> <p>5. Kemajuan teknologi dapat mempengaruhi pembelian produk gas seperti kompor listrik</p> <p>6. Terjadinya ketidakstabilan harga</p> <p>7. Masih banyaknya masyarakat yang masih menggunakan kompor minyak tanah/ kayu bakar</p> <p>8. Tingkat ukuran kg dapat mempengaruhi daya beli konsumen</p>	<p>berdasarkan kemajuan teknologi yang ada (S4, S6, S7, T5)</p> <p>2. Tetapkan harga kompetitif yang sesuai dengan kualitas produk (S2, T2, T6, T8)</p>	<p>meningkatkan traffic pengunjung (W7, T5)</p> <p>2. Upaya untuk selalu mengembangkan perusahaan dan optimis dalam menghadapi kompetitor (W2, W3, T1, T3)</p>
---	---	--



Gambar 1.

Dokumentasi Kegiatan di PT. Multi Indiguna Persada

## KESIMPULAN

LPG merupakan bahan bakar berupa gas yang dicairkan (Liquified Petroleum Gases) dan merupakan produk minyak bumi yang ramah lingkungan dan banyak digunakan oleh rumah tangga dan industri. Program konversi minyak tanah ke LPG yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia sejak tahun 2007 kini telah menjangkau hampir seluruh kawasan Indonesia. Hal ini menyebabkan banyaknya permintaan masyarakat terhadap LPG, khususnya LPG 3 kg. Salah satu produk LPG yang dikeluarkan oleh Pertamina ini paling banyak digunakan masyarakat karena praktis dan memiliki harga yang paling murah diantara tabung LPG lainnya.

PT. Multi Indiguna ini merupakan salah satu agen LPG 3 kg bersubsidi untuk wilayah Kabupaten Padang Pariaman. Perusahaan ini berlokasi di Jalan Veteran nomor 39, Padang, Sumatera Barat. Perusahaan ini menyalurkan LPG dari SPPBE kepada pangkalan yang telah terdaftar di

Pertamina. Saat ini PT gas LPG ini memiliki beberapa pangkalan yang tersebar di Kota Padang. Agen memiliki wewenang untuk menambah atau mengurangi jumlah pangkalan atau alokasi setiap pangkalan. Harga dan jumlah LPG yang disalurkan ditetapkan oleh Pertamina dan diawasi oleh Undang-Undang.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan Terimakasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- D. Assa di Desa Pontak Kecamatan Ranoyapo. *Productivity*, 2(5), 378-383.
- Effendy, S. W. (2019). Strategi peningkatan penjualan gas elpiji 12 kg/5, 5 kg (NON PSO) pada agen gas elpiji 3 kg (PSO) (Studi Kasus PT. RPAG Kota Palembang). *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 9(1).
- Kurnia, R. A., & Lia, F. (2021). Strategi Pemasaran Gas LPG Di Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 207-222
- Ni'mah, W. C. (2021). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN TABUNG GAS ELPIJI 5, 5 KG & 12 KG* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Putri, E. E., Yuliandri, F., Rahayu, I. Y., Duha, J., Salmia, P., & Bayu, R. (2021). Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan (Pada Cafe Rajo Corner Di Padang). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 1(2).
- Putri, A. A., Dewi, E. G., Cahyati, I., Widiyanti, N., Andriani, V., & Putra, R. B. (2022). Implementasi Strategi Pemasaran Pada Coffee Shop Alco Di Kota Padang, Sumatera Barat. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 2(1), 385-388.
- Sukatmadiredja, N. R., & Rosita, W. M. (2019). Strategi Pemasaran Melalui Analisis SWOT Pada Perusahaan Kopi Lokal. *Jurnal Ecopreneur*. 12, 2(2), 1-14.
- Talumewo, J. G., Kalangi, J. A., & Rogahang, J. J. (2021). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Pangkalan Gas LPG 3 Kg Christian