

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan analisa dan pembahasan data-data yang telah diolah maka akhir dari penulisan ini dilakukan pengambilan kesimpulan dan saran.

6.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisa SWOT dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan, yaitu :

Kekuatan (*strength*)

- Produk berkualitas dan tahan lama
- Bahan baku lebih kuat
- Konsumen bisa memesan sesuai keinginan
- Hubungan baik antar pekerja
- Harga yang terjangkau
- Tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman

Kelemahan (*Weakness*)

- Tata letak fasilitas yang kurang baik
- Sulitnya mendapat tenaga kerja tetap yang terampil
- Motif yang kurang mengikuti trend sekarang
- Model yang terbatas
- Promosi yang dilakukan terbatas dan minim
- Pangsa pasar yang terbatas

Peluang (*opportunity*)

- Kemajuan teknologi komunikasi
- Hubungan baik dengan pemasok bahan baku
- Semakin tingginya minat masyarakat
- Hubungan baik dengan buyers dan distributor
- Penambahan model produk baru

Ancaman (*threat*)

- Harga bahan baku yang tidak stabil

- Penurunan daya beli masyarakat
 - Serbuan produk perhiasan imitasi dari mesin
 - Bertambahnya merk dan produk perhiasan imitasi dipasar
 - Meningkatnya persaingan produsen perhiasan imitasi
2. Setelah dilakukan pengolahan data dari faktor internal dan eksternal beserta skor pembobotan yang didapat bahwa perusahaan berada pada divisi sel V yaitu dengan masing-masing bobot IFE 2,269 dan EFE 2,266 dimana dalam sel tersebut memberikan arti bahwa perusahaan dapat melaksanakan strategi mempertahankan dan memelihara (*hold and maintain*). Strategi yang sering digunakan di divisi ini adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Kemudian dari 4 kriteria utama yang telah diberi pembobotan dengan *AHP*, strategi SO yang meliputi menambah tenaga kerja guna memproduksi model produk baru, menjaga hubungan baik dengan tenaga kerja, pemasok, buyers dan distributor, membuat model baru dengan menjaga kualitas bahan baku dan harga dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas menjadi kriteria tertinggi dengan bobot sebesar 0,400. Strategi SO bisa menjadi alternatif strategi guna meningkatkan volume penjualan perhiasan imitasi di UD. AQILA

6.2 Saran

Sedangkan saran-saran untuk perencanaan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan produk perhiasan imitasi di UD. AQILA berdasarkan hasil penelitian ini adalah :

6.2.1 Saran Untuk Perusahaan

1. Dalam meningkatkan penjualan perhiasan imitasi, hendaknya manajemen tidak terfokus pada strategi-strategi pemasaran yang diterapkan saat ini. Dengan memasarkan produknya di konsumen-konsumen yang tetap, dan tidak mengembangkan produk.
2. Diharapkan pihak perusahaan bisa mencoba menerapkan usulan perencanaan strategi pemasaran yang sudah diajukan berdasarkan

hasil analisa SWOT dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yaitu :

- a. Dapat menambah tenaga kerja guna memproduksi produk baru untuk memenuhi keinginan konsumen.
- b. Menjaga hubungan baik dengan tenaga kerja, pemasok, buyurs dan distributor agar selalu konsisten dalam memproduksi produk kepada konsumen.
- c. Menjaga kualitas bahan baku dan harga agar konsumen tidak beralih keperusahaan lain.
- d. Memanfaatkan teknologi masa kini guna meningkatkan promosi produk untuk memperluas area promosi.

6.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

- a. Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Dalam kuesioner hendaknya peneliti dapat mencantumkan variabel-variabel pemasaran, peneliti & pengembangan, produksi, sumberdaya manusia dan keuangan untuk internal dan variabel-variabel sosial ekonomi, teknologi, pemasok, pesaing dan pemerintah untuk eksternal.
- b. Dalam matrik SWOT peneliti harus bisa memilih strategi-strategi yang lebih tepat untuk perusahaan. Contoh dari matrik SWOT yang telah diteliti : Dengan minimnya promosi perusahaan bisa memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan promosi yang lebih gencar.