

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan dan saran berupa masukan yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.

#### **6.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan pada CV Bumi Parigi yaitu:

1. Berdasarkan matriks IFE dan EFE, faktor kekuatan utama dari pemasaran CV Bumi Parigi adalah karyawan terampil, cepat tanggap, dan ramah dalam melayani pengunjung. Faktor kelemahan utama yang dimiliki CV Bumi Parigi adalah tidak menawarkan promosi. Faktor peluang utama pada CV Bumi Parigi adalah kepercayaan konsumen terhadap produk yang ada. Faktor ancaman utama bagi CV Bumi Parigi adalah adanya pesaing pada bisnis yang sama dan jarak antar kompetitor yang terlalu dekat.
2. Berdasarkan matriks IE, posisi CV Bumi Parigi berada pada kuadran V dengan total skor matriks IFE 2,753 sebesar dan total skor matriks EFE sebesar 2,0. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi *Hold and Maintain* atau bertahan dan memelihara. Dalam kuadran V ini berarti, CV Bumi Parigi seharusnya menerapkan strategi pengembangan produk atau penetrasi pasar.
3. Berdasarkan matriks SWOT diperoleh tujuh alternatif strategi, yakni sebagai berikut:
  - a. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)  
Strategi SO yang dapat diterapkan yaitu mempertahankan dan meningkatkan pengawasan terhadap produk agar kualitas produk tetap

terjaga hingga ke tangan konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan.

b. Strategi ST (*Strengths-Threats*)

Strategi ST yang dapat diterapkan yaitu mempertahankan harga produk.

c. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi WO yang dapat diterapkan yaitu meningkatkan kelengkapan dan ketersediaan produk, melakukan kegiatan promosi melalui media sosial, dan menyediakan fasilitas pembayaran dengan kartu debit dan kredit.

d. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi WT yang dapat diterapkan yaitu menyediakan layanan penjualan online.

4. Dari hasil pilihan alternatif strategi pemasaran yang telah diperoleh berdasarkan metode QSPM, peneliti dan pihak manajemen perusahaan yaitu Direktris CV Bumi Parigi berdiskusi untuk menentukan strategi pemasaran pada CV Bumi Parigi yang benar-benar sesuai dengan situasi dan kondisi serta tujuan CV Bumi Parigi. Dari hasil diskusi yang telah dilakukan, Direktris CV Bumi Parigi memilih tiga strategi teratas yang memiliki nilai *Total Attractive Score* (TAS) yang tertinggi yaitu melakukan kegiatan promosi melalui media sosial, meningkatkan kualitas pelayanan, dan meningkatkan kelengkapan dan ketersediaan produk.

## 6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya adalah agar melakukan penelitian hingga tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi strategi prioritas untuk mengetahui capaian implementasi strategi terhadap tujuan perusahaan.