

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil identifikasi faktor SWOT berdasarkan literatur dan hasil validasi oleh pihak *expert* didapatkan 6 aspek eksternal dan 5 aspek internal serta 39 faktor internal dan 43 faktor eksternal yang dapat digunakan untuk menilai perkembangan bisnis *distribution outlet* khas Minangkabau Kapuyuak.
2. Faktor eksternal dan faktor internal yang telah divalidasi oleh pihak *expert* dihitung bobotnya dengan menggunakan metode *Fuzzy Quality Function Deployment (Fuzzy QFD)* serta rating dari faktor internal dan faktor eksternal tersebut. Hasil yang didapatkan kemudian digunakan pada *input stage* dan *matching stage*. Pada *input stage* diolah dengan menggunakan matrik *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan matrik *External Factor Evaluation (EFE)*. Hasil pada *input stage* akan digunakan pada *matching stage* dengan menggunakan matrik Internal Eksternal (IE), matriks *Strength Weakness Opportunities Threats (SWOT)*, matrik *Strategic Position and Action Evaluation (SPACE)*, matrik *Grand Strategy (GS)*, dan matrik *Boston Consulting Group (BCG)* untuk mendapatkan alternatif strategi yang akan digunakan pada *decision stage*. Hasil yang didapatkan yaitu 10 alternatif strategi yang dapat diterapkan untuk perancangan startegi bisnis *distribution outlet* khas Minangkabau Kapuyuak, yaitu strategi 1 adalah “penetrasi pasar dan pengembangan pasar”, strategi 2 “melakukan investasi untuk meningkatkan keuntungan (menambah toko)”, strategi 3 “menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku dengan tujuan menjaga ketersediaan bahan baku”, strategi 4 “menjalin kerjasama dengan

konsumen untuk meningkatkan kualitas pelayanan”, strategi 5 “menjaga, mengembangkan, dan meningkatkan kualitas produk”, strategi 6 “meningkatkan kemampuan tenaga kerja untuk *marketing, sales, service*, dan manajemen keuangan”, strategi 7 “meningkatkan promosi dengan memanfaatkan teknologi informasi seperti membuat website atau melalui media sosial”, strategi 8 “menyediakan tempat penjualan yang mudah diakses oleh konsumen”, strategi 9 “kerja sama dengan pemerintah daerah untuk memperkenalkan budaya melalui produk distro khas minangkabau”, strategi 10 “mengikuti asosiasi industri kecil menengah dan asosiasi lainnya dengan tujuan memperluas pangsa pasar”.

3. Penentuan prioritas strategi pada *decision stage* didapatkan dengan menggunakan penilaian *attractiveness scores*. Metode ini menentukan kemenarikan relatif strategi dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari faktor eksternal dan faktor internal dan hubungan kemenarikan antara alternatif strategi dengan faktor eksternal dan faktor internal. Hasil yang didapatkan yaitu prioritas alternatif strategi tertinggi dengan nilai *Total Attractiveness Scores (TAS)* 7.73 yaitu alternatif strategi ke 5 “menjaga, mengembangkan, dan meningkatkan kualitas produk”.

## 6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu penelitian selanjutnya dilakukan dengan mengidentifikasi seluruh pesaing yang dapat mempengaruhi pangsa pasar *distribution outlet* khas Minangkabau Kapuyiak di Bukittinggi seperti *distribution outlet* Bandung, *distribution outlet* produk import, dan produk *factory outlet* yang ada di Kota Bukittinggi.