# BAB VKESIMPULAN DAN SARAN

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis data faktor internal yaitu sebesar 3,717 didapat dari total penjumlahan *rating* faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan. Nilai kekuatan paling tinggi terdapat pada indikator menerapkan usaha yang jujur terhadap konsumen bahkan kepada para pesaing dengan bobot 0,184. Nilai kelemahan tertinggi terdapat pada indikator strategi pemasaran yang masih rendah dan kualitas SDM terdidik/terlatih masih rendah dengan bobot item 0,067 ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan kualitas SDM CV. Alexis Beton perlu diperbaiki.
2. Hasil analisis data faktor eksternal yaitu sebesar 2,58 didapat dari total penjumlahan *rating* faktor peluang dan ancaman perusahaan. Nilai peluang tertinggi terdapat pada indikator manajemen sistem informasi yang semakin canggih dengan bobot item sebesar 0,152 yang menunjukkan bahwa CV. Alexis Beton dapat memanfaatkan peluang manajemen sistem informasi yang semakin canggih untuk mempromosikan produknya dan untuk memperluas pasar. Nilai ancaman tertinggi terdapat pada indikator cuaca yang tidak menentu dengan bobot item sebesar 0,150 yang menunjukkan bahwa CV. Alexis Beton harus siap dengan ancaman eksternal.
3. Hasil analisis data mengenai posisi perusahaan dengan menggunakan diagram cartesius analisis SWOT menunjukkan bahwa CV. Alexis Beton berada pada titik perpotongan diagonal berada pada kuadran I, menunjukkan bahwa CV. Alexis Beton berada pada kuadran *growth oriented strategy* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy).*
4. Hasil analisis data dengan matriks QSPM CV. Alexis Beton diketahui bahwa strategi melakukan promosi secara intensif kepada konsumen yang dituju memiliki TAS yang paling besar yaitu 5,58 dibandingkan strategi alternatif lainnya, oleh karena itu sebaiknya perusahaan menggunakan strategi melakukan promosi secara intensif kepada konsumen yang dituju. Perusahaan juga dapat mengkombinasikan strategi pengembangan produk dengan stratetegi hasil QSPM lainnya.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Dengan adanya masalah cuaca tidak menentu untuk itu perusahaan perlu tetap mempertahankan kualitas produknya. Mempertahankan kualitas paving dapat dilakukan dengan cara pada saat musim kemarau paving lebih cepat mengering yang menyebabkan kualitas paving mudah rapuh sehingga perlu dilakukan penyemprotan secara berkala agar kualitas paving tetap kuat, selain cara penyemprotan juga bisa dilakukan menutup rapat tumpukan paving setelah proses produksi dengan plastik agar paving tetap lembab sehingga paving tidak mudah kering.
2. Manajemen sistem informasi yang semakin canggih dan banyaknya pesaing dengan harga produk yang sama dengan harga yang lebih murah CV. Alexis Beton perlu melakukan promosi secara intensif dengan media yang tepat pada pasar konsumen agar tetap bisa menguasai pasar. Promosi dapat dilakukan dengan cara optimalisasi digital marketing seperti melakukan promosi melalui Website.

# DAFTAR PUSTAKA

Andries, Frederick Reginald Andries. (2007). Perumusan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisi SWOT Studi Kasus pada PT. Waringin Puspanusa Lestari Jakarta.

Basalamah, Muhammad Ridwan. (2018). Strategi Pemasaran Yang Tepat Guna Dalam Menghadapi Pasar UMKM.190-197

E,Porter M. (1993). *Keunggulan Bersaing.* Jakarta: Erlangga.

Noor, Syamsudin. (2014). Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang. 102-109

Prawitasari, Sri Yati. (2010). Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan StrategiPemasaran Berdaya saing Studi Kasus pada Dealer Honda Tunggul Sakti di Semarang.

Ramadhan, Ahmad., dan Sofiyah, Fivi Rahmatus. (2013) Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Studi McDonald's Ring Road.

Rangkuti, F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Setyorini, Hany., Effendi, Mas'ud., dan Santoso, Imam. Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran.

Srinadi, Ni Luh Putri. (2016). Analisis SWOT Sebagai Dasar Menentukan Strategi Pemasaran Kompetitif. 9-12