

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan di dealer Yamaha Roda Mas Motor Lodoyo Blitar maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Peluang yang dimiliki dealer Yamaha Roda Mas Motor Lodoyo Blitar terletak pada:
 - a. Faktor geografis kabupaten Blitar yang luas menjadikan pasar juga luas.
 - b. Kebutuhan sepeda motor setiap tahun selalu meningkat.
 - c. Kemudahan pembelian sangat mempengaruhi minat beli.
 - d. Adanya sarana pengkreditan yang ditawarkan oleh leasing yang berkualitas dan terpercaya.
 - e. Pola perilaku dan selera konsumen yang semakin berkembang.
 - f. Trayek angkutan umum yang terbatas.
2. Ancaman yang dimiliki dealer Yamaha Roda Mas Motor Lodoyo Blitar terletak pada:
 - a. Pesaing yang kuat.
 - b. Paradigma masyarakat mengenai perbandingan keunggulan antara produk Yamaha dengan merk yang lain.
 - c. *Trend* masyarakat yang cepat berubah.

3. Kekuatan yang dimiliki dealer Yamaha Roda Mas Motor Lodoyo

Blitar terletak pada:

- a. Jaringan luas.
- b. Sumber daya manusia.
- c. Pelayanan.
- d. Budaya organisasi.
- e. Roda mas *card*.

4. Kelemahan yang dimiliki dealer Yamaha Roda Mas Motor Lodoyo

Blitar terletak pada:

- a. Kurangnya promosi.
- b. Kapasitas produksi yang masih tergolong terbatas sehingga sering *indent*.
- c. Kurangnya tenaga pemasaran (*marketing/sales*)

5. Analisis faktor strategi eksternal menunjukkan nilai skor adalah 2,44

ini berarti menunjukkan bahwa peluang lebih besar dari pada ancaman.

Analisis faktor strategi internal menunjukkan nilai skor adalah 2,22 ini

berarti menunjukkan bahwa kekuatan perusahaan lebih besar dari pada

kelemahan perusahaan. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini

adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth*

oriented Strategy) dan sesuai dalam diagram analisis TOWS pada

kuadran I.

6. Analisis TOWS menunjukkan alternatif-alternatif strategi yang bisa digunakan perusahaan untuk mengembangkan pasar yang sangat potensial yaitu:
- a. Mensponsori *event-event* besar.
 - b. Mengangkat tenaga kerja *freelance* untuk sales daerah.
 - c. Membuat katalog yang berisi tentang keunggulan produk Yamaha.
 - d. Meningkatkan kualitas SDM.
 - e. Menyebarkan brosur kedaerah-daerah terpencil.
 - f. Mengadakan *test drive*.
 - g. Melakukan *sponsorship* pada *event* tertentu.
 - h. Meningkatkan promosi.
 - i. Mendesain dealer agar kelihatan menarik dimata konsumen.

B. Saran

Dilihat dari kesimpulan diatas dapat diketahui bahwa kerja *marketing* atau bagian pemasaran dealer Yamaha Roda Mas Motor Lodoyo Blitar belum maksimal, untuk itu penulis menyarankan untuk menjalankan alternatif strategi yang terangkum dalam analisis TOWS yaitu:

1. Mensponsori *event-event* besar.
 2. Mengangkat tenaga kerja *freelance* untuk sales daerah.
 3. Membuat katalog yang berisi tentang keunggulan produk Yamaha.
- Katalog yang sekarang ada sama dengan katalog kompetitor yang lain,

yaitu pada bagian depan lebih menonjolkan gambar varian warna produk seharusnya gambar keunggulan produk harus lebih ditonjolkan seperti, contoh pada katalog sepeda motor mio new GT yang memiliki keunggulan *front lamp eagle eye* (dilengkapi reflector berwarna biru. Terinspirasi mobil mewah kelas dunia, tampilan semakin gagah dan modern), *body kit* (tajam, strip hiu semakin gagah), bagasi (luas dan bodi ramping), mesin 125 cc (injeksi, bertenaga besar dan irit), dengan cara seperti ini penyampaian mengenai keunggulan produk dan cara pemasaran kepada konsumen akan memiliki perbedaan, sehingga akan menjadikan peluang bagi perusahaan untuk mampu bersaing dengan kompetitor yang lain.

4. Meningkatkan kualitas SDM.
5. Menyebarkan brosur kedaerah-daerah terpencil.
6. Mengadakan *test drive*.
7. Melakukan *sponsorship* pada *event* tertentu.
8. Meningkatkan promosi.
9. Mendesain dealer agar kelihatan menarik dimata konsumen.

