

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis faktor peluang, ancaman, kekuatan serta kelemahan dapat disimpulkan sebagai berikut:
  - a. Faktor peluang yang mempengaruhi yaitu memanfaatkan hari besar nasional, adanya segmen baru, tingkat permintaan konsumen, adanya rencana kenaikan harga produk.
  - b. Faktor ancaman yang mempengaruhi yaitu harga bahan baku semakin mahal, pesaing dalam industri yang sama, perubahan selera konsumen, bahan baku datangnya tidak pasti, kecenderungan konsumen terhadap produk substitusi
  - c. Faktor kekuatan yang mempengaruhi yaitu stok produk yang mencukupi, pelayanan yang cepat & tepat, pemberian potongan harga, adanya pelatihan bagi SDM, mengikuti bazar/*event*.
  - d. Faktor kelemahan yang mempengaruhi yaitu modal yang dimiliki terbatas, lokasi kurang strategis, hanya melayani partai besar, media promosi belum efektif, belum ada variasi kemasan produk.
2. Hasil analisis EFAS menunjukkan bahwa skor terbobot sebesar 2.55 sedangkan IFAS menunjukkan skor terbobot 2.75. Hal ini perusahaan berada pada sel 1 yaitu mendukung strategi yang agresif dengan strategi pertumbuhan. Strategi pertumbuhan yang dapat dilakukan adalah dengan

meningkatkan laba dari hasil penjualan, pangsa pasar yang dikuasai dengan melakukan penetrasi pasar serta jumlah pelanggan dengan memanfaatkan potensi dan sumber daya yang dimiliki.

3. Kesimpulan strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu strategi bertumbuh, dengan mengimplementasikan strategi sebagai berikut ini:
  - a. Meningkatkan penjualan produk perusahaan dengan meningkatkan kapasitas produksi pada hari-hari tertentu.
  - b. Menggunakan jasa pengecer supaya konsumen yang ingin membeli dalam jumlah sedikit bisa membeli.
  - c. Mencari pinjaman pada lembaga keuangan/pembiayaan untuk menambah modal perusahaan supaya mempermudah dalam membeli bahan baku.
  - d. Menambah jaringan pemasok. Tujuannya supaya bahan baku dapat disuplai secara kontinyu dan tepat waktu serta agar tidak terjadi monopoli harga oleh pemasok.

## **B. Saran**

1. Melakukan diversifikasi kemasan produk agar daya beli konsumen meningkat dengan adanya keberagaman kemasan produk kebutuhan konsumen dapat terpenuhi sesuai keinginan.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan serta purna jual pada konsumen.
3. Memperbaiki sistem promosi, dapat dilakukan melalui media elektronik,

sering mengikuti bazar/pameran yang sering diadakan.

4. Memberikan harga yang kompetitif dengan pesaing kepada konsumen dan juga mengutamakan kualitas produk.