

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan analisis pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan Hasil Analisis Evaluasi Faktor Internal

a. Kekuatan yang dimiliki oleh Dealer Yamaha Mataram Sakti Motor

Blitar adalah :

- 1) Harga produk yang relatif lebih murah dari pada perusahaan pesaing sehingga dapat menarik banyak konsumen untuk membeli produk pada dealer Yamaha Mataram Sakti Motor Blitar.
- 2) Variasi Diskon harga yang mencapai 10% dalam pembelian cash dan potongan beberapa kali angsuran untuk pembelian kredit dapat menarik banyak konsumen dan menjadi kekuatan perusahaan dalam menghadapi persaingan.

b. Kelemahan yang dimiliki Dealer Yamaha Mataram Sakti Motor

Blitar adalah :

- 1) Wilayah pemasaran perusahaan yang tidak bisa menjangkau secara luas seluruh wilayah pemasaran. hal ini disebabkan oleh jumlah unit marketing yang kurang memadai dan jumlah

personal selling yang tidak mencukupi untuk menjangkau secara luas seluruh daerah pemasaran perusahaan.

- 2) letak perusahaan yang sebenarnya sudah cukup strategis dan cukup ramai sehingga banyak orang yang berlalu lalang akan tetapi tempat ini tidak dapat dijangkau dengan kendaraan umum sehingga banyak orang yang masih kesulitan menjangkau apabila orang tersebut belum mempunyai kendaraan pribadi.

2. Berdasarkan Hasil Analisis Evaluasi Eksternal

- a. Peluang yang dimiliki oleh Dealer Yamaha Mataram Sakti

Motor Blitar adalah :

- 1) Kualitas produk
- 2) Kuantitas produk
- 3) Inovasi pengembangan produk.

- b. Ancaman yang terdapat pada Dealer Yamaha Mataram Sakti

Motor Blitar adalah :

- 1) Pesaing baru
- 2) Promosi perusahaan pesaing baru.

3. Berdasarkan hasil analisis Evaluasi Internal Dan Eksternal Dealer

Yamaha Mataram Sakti Motor Blitar berpeluang untuk mengembangkan produknya dan memperluas jaringan pemasaran.

4. Strategi pemasaran yang diterapkan Oleh Dealer Yamaha Mataram Sakti Motor Blitar sudah baik namun masih kurang dalam jaringan

pemasarannya dan promosinya sehingga hal ini dapat menjadi masalah utama karena belum semua wilayah terjangkau untuk pemasaran produk yamaha. Sehingga penjualan pada perusahaan tidak bisa maksimal.

5. Untuk strategi alternatif yang paling tepat adalah dengan menggunakan strategi ST dan WO yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada diantaranya dengan mempertahankan harga produk yang sangat kompetitif dengan produk lain dan memaksimalkan promosi dengan menambah jaringan pemasaran dengan menambah Unit-unit dan *personal selling* untuk menguasai pangsa pasar.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Agar perusahaan mampu bersaing dengan kompetitor perusahaan harus berinovasi tentang produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan perusahaan harus berinovasi tentang strategi pemberian discount harga untuk menarik minat konsumen.
2. Agar mampu meningkatkan penjualan perusahaan harus memaksimalkan promosi penjualan dan menambahkan unit-unit marketing maupun *personal selling* agar promosi dapat menjangkau ke semua daerah secara luas dan merata sehingga penjualan perusahaan akan meningkat.

3. Perusahaan harus Meningkatkan dan mengembangkan kerjasama dengan masyarakat, instansi, ataupun organisasi kemasyarakatan atau menjadi promotor event-event tertentu untuk dapat menjangkau masyarakat secara luas dan menyeluruh sehingga produk dapat diketahui semua kalangan.