

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan di “BURSA KUE XYZ” maka dapat disimpulkan :

1. Faktor penyebab adanya penurunan penjualan pada Bursa Kue XYZ ada pada kelemahan yang dialami dalam lingkungan internal perusahaan yaitu, tempat parkir yang terbatas, kemasan kue yang masih tradisional, kebersihan dan kenyamanan perusahaan serta kurangnya jumlah karyawan. Sedangkan faktor penyebab lainnya yaitu ancaman yang berada di lingkungan eksternal perusahaan antara lain banyaknya kompetitor, cara pemasaran kompetitor yang inovatif dan perbedaan harga tiap konsumen.
2. Metodologi untuk memecahkan masalah pada penurunan penjualan, penulis menggunakan metode SWOT karena berfungsi untuk mendapatkan aspek-aspek penting yaitu kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman. Dari ke empat aspek tersebut maka perusahaan bisa memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang untuk masa depan serta mengurangi ancaman yang dimiliki. Metode yang kedua yaitu *fishbone diagram* dimana perusahaan bisa mengetahui akibat dari penyebab yang ada pada perusahaan melalui *brainstorming*. Kemudian, metode yang ketiga QSPM dimana dalam metode ini perusahaan bisa menilai strategi dengan objektif bersumber pada *internal success factor* dan *external success factor* yang sudah diidentifikasi di bagian sebelumnya.
3. Pengembangan strategi yang di hasilkan, pada tahap pertama penelitian ialah merumuskan strategi dengan mencari *internal factors* dan *external factors* yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung serta tanya jawab, selanjutnya dilakukan analisis menggunakan metode Analisis Faktor Eksternal (EFAS) dan Analisis Faktor Internal (IFAS). Hasil dari perhitungan EFAS adalah skor sebesar 2,64 maka posisi eksternal perusahaan yakni tinggi, sedangkan total skor IFAS mendapatkan skor sebesar 2,50 maka posisi internal perusahaan

juga tinggi. Kemudian kedua faktor tersebut memasuki posisi pemasaran pada Kuadran I yaitu mendukung strategi *Aggresive* dimana dalam posisi strategi seperti ini perusahaan berada dalam situasi yang sangat menguntungkan. Hasil dari analisa SWOT didapatkan strategi alternatif sebanyak 10 yang mampu dipilih oleh perusahaan, yakni sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan mutu dari setiap variasi produk.
- 2) Mempertahankan harga yang terjangkau.
- 3) Menjual produknya melalui aplikasi *Grabfood* dan *Gofood*.
- 4) Memberikan merek pada kemasan agar konsumen lebih tertarik.
- 5) Menyebarkan brosur yang mendeskripsikan ketersediaan produk yang ada.
- 6) Mengatur dengan baik peletakan produk yang dijual agar menarik perhatian pelanggan.
- 7) Memperluas lahan untuk tempat parkir.
- 8) Mempertahankan komunikasi dengan baik terhadap pelanggan.
- 9) Menjalin komunikasi dengan baik agar produsen tahu apa yang diinginkan konsumen.
- 10) Memperbaiki kualitas pelayanan agar pelanggan dilayani dengan baik tanpa harus menunggu lama ataupun merasa tidak nyaman.

Sedangkan berdasarkan hasil matriks QSPM dari 10 strategi alternatif yang didapat, terdapat satu strategi alternatif yang harus dilakukan terlebih atau di prioritaskan oleh Bursa Kue XYZ yaitu meningkatkan mutu dari setiap variasi produk dengan skor TAS tertinggi yakni sebesar 6,26.

## 5.2 Saran

Bersumber pada kesimpulan di atas, maka peneliti menyampaikan saran yang diharapkan bisa bermanfaat dan digunakan untuk mengembangkan usaha Bursa Kue XYZ dan kepada penelitian selanjutnya. Berikut saran yang dimaksud :

1. Saran bagi Bursa Kue XYZ, memperluas lahan parkir, melakukan inovasi terbaru dalam kemasan dengan cara memberikan merek pada kemasan, kebersihan dan kenyamanan yang selalu terjaga dan lebih selektif dalam merekrut karyawan agar kinerja dan kualitas dari karyawan pun baik serta profesional.
2. Saran penelitian mendatang, bisa menggunakan analisis teknik yang berbeda yaitu dengan melakukan penambahan formulasi strategi diantaranya ialah CPM matriks, SPACE matriks, *Grand Strategy Matrix* dan BCG matriks pada *matching stage*.

