

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini, dapat diambil keputusan yaitu:

1. Berdasarkan hasil dari analisis IFE (*Internal Factors Evaluation*), EFE (*Eksternal Factors Evaluation*), dan yang mempengaruhi strategi pemasaran unit di UD. Wahyu Jaya Seputra yaitu:
 - a. Analisis IFE (*Internal Factors Evaluation*), faktor internal yang mempengaruhi strategi pemasaran dari kekuatan utama adalah kualitas ayam yang baik, sedangkan kelemahan utama yang dimiliki UD. Wahyu Jaya adalah pemesanan hanya bisa melalui aplikasi whatsapp
 - b. Analisis EFE (*Eksternal Factors Evaluation*), faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran dari peluang utama pada perusahaan adalah memperluas sistem pemasaran produk ayam potong, sedangkan ancaman utama yang dimiliki UD. Wahyu Jaya adalah banyaknya penjual keliling.
2. Berdasarkan dari hasil matriks Internal-Eksternal (IE) dan matriks SWOT pada UD. Wahyu Jaya :
 - a. Pada hasil Matriks Internal-Eksternal (IE) posisi perusahaan berada pada kuadran 1, dimana kuadran 1 menunjukkan bahwa dalam membuat alternatif strategi harus disesuaikan pada kuadran 1 yaitu strategi tumbuh dan berkembang (*growth and build*).
 - b. Adapun hasil dari analisis metode SWOT menghasilkan 8 alternatif strategi yang dapat dipilih oleh UD. Wahyu Jaya yaitu :
 - a. Membuat toko online di *marketplace*. (SO1)
 - b. Mempertahankan kualitas kualitas ayam potong. (SO2)
 - c. Meningkatkan fasilitas dan keselamatan karyawan. (WO1)
 - d. Melakukan promosi. (WO2)
 - e. Mempertahankan kebersihan dan kualitas ayam potong. (ST1)
 - f. Memahami kebutuhan pelanggan. (ST2)
 - g. Melakukan inovasi seperti potongan harga/diskon. (WT1)

- h. Menjalين kerjasama dengan penjual keliling. (WT2)
3. Berdasarkan hasil analisis metode QSPM, dari 8 alternatif strategi yang ada terdapat satu alternatif strategi yang diprioritaskan untuk diterapkan oleh UD. Wahyu Jaya yaitu membuat toko online di *marketplace*.

5.2 Saran

Adapun saran yang diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Pelaku usaha tidak hanya berfokus pada penjualan yang dilakukan secara tradisional dan aplikasi whatsapp, pelaku usaha dapat memperluas jaringan pemasaran ke berbagai alternatif-alternatif jaringan pemasaran, yaitu:

1. Pelaku usaha dapat menjalin relasi dengan penjual keliling, restoran, dan warung makan sederhana.
2. Pelaku usaha dapat menjalin kerjasama dengan toko online seperti, Shopee, Lazada, Tokopedia, dan Gojek yang bertujuan untuk menawarkan produk ayam potong.

