

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut

1. Berdasarkan analisis matrik IFAS diperoleh total skor yang dimiliki Anugerah Laundry sebesar 6,2577, sedangkan analisis matrik EFAS sebesar 6,1532. Posisi usaha Anugerah Laundry terletak pada kuadran IV pada posisi *diffensive*, yang mana alternatif ini menghadapi kendala kelemahan internal seperti tenaga kerja yang kurang kompeten, kurangnya aktivitas promosi dan ancaman eksternal seperti banyaknya pesaing yang sama, dan kenaikan bahan baku.
2. Berdasarkan hasil analisis metode QSPM maka didapatkan urutan strategi berdasarkan nilai TAS yaitu WT 1 (*Weakness – Threat*) menetapkan dan mempertahankan strategi harga pasar untuk menghadapi persaingan sebesar 13,822 , SO 1 (*Strenght – Opportunities*) meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk untuk memberikan jaminan terhadap pelanggan sebesar 13,7929 ,WO 2 (*Weakness – Opportunitites*) memperluas pangsa pasar sebesar 13,6871 , SO 2 (*Strenght – Opportunities*) memberikan diskon dan promosi untuk menjalani kerjasama yang baik dengan pihak konsumen sebesar 13,6031 , ST 1 (*Strenght – Threat*) menetapkan dan mempertahankan strategi harga pasar untuk menghadapi persaingan sebesar 12,5082 , dan WO 1 (*Weakness – Opporunities*) meningkatkan promosi secara berlanjut dan memanfaatkan teknologi dalam menjual produk sebesar 11,6539.

5.2. Saran

1. Sebaiknya Anugerah Laundry menerapkan pemasaran dengan promosi media sosial yang lebih menarik seperti Instagram dan Facebook dengan bukti nyata berupa foto dan video aktivitas yang berada di Anugerah Laundry seperti aktivitas mencuci, menggosok, packing
2. Penelitian berikutnya yang relevan sebaiknya alternatif strategi dari matrik SWOT diperbanyak sehingga akan mempengaruhi obyektifitas penelitian.
3. Sebaiknya Anugerah Laundry menyediakan layanan antar jemput cucian secara gratis

