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 *Fishbone Diagram* yang mempengaruhi strategi pemasaran unit di PT. MDN Karya Megah Seputra yaitu:
   a. Analisis IFE (*Internal Factors Evaluation*), faktor internal yang mempengaruhi strategi pemasaran dari kekuatan utama adalah kondisi unit bersih, rapi, dan wangi, sedangkan kelemahan utama yang dimiliki PT. MDN Karya Megah Seputra adalah keterbatasan unit yang dikelola
   b. Analisis EFE (*Eksternal Factors Evaluation*), faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran dari peluang utama pada perusahaan adalah memperbanyak ketersediaan unit, sedangkan ancaman utama yang dimiliki PT. MDN Karya Megah Seputra adalah meningkatnya jumlah bisnis sejenis.
   c. *Fishbone Diagram*, penyebab-penyebab menurunnya volume penyewaan unit-unit yang dikelola adalah sebagai berikut:
      1. Pada manusia (*man*) disebabkan oleh inkonsistensi pemasaran, kurangnya ketelitian dalam *cleaning*, kurangnya membangun relasi kepada tamu, dan pemanfaatan teknologi belum maksimal.
      2. Pada metode (*method*) disebabkan oleh pemasaran bisnis belum maksimal, peralatan *cleaning* masih sederhana, dan teknologi pencatatan adminstrasi masih sederhana.
      3. Pada unit (*units*) disebabkan oleh kurangnya unit yang dikelola, kualitas *furnish* yang berbeda-beda, dan luas unit apartemen terbatas.
      4. Pada lingkungan (*environment*) disebabkan oleh kebijakan pengelola apartemen, dan pelaku bisnis sejenis lebih inovatif.
2. Berdasarkan dari hasil matriks Internal-Eksternal (IE) dan matriks SWOT pada PT. MDN Karya Megah Seputra yaitu :

Analisis Strategi.., Martin Hendrawan, Fakultas Teknik, 2022

a. Pada hasil Martiks Internal-Eksternal (IE) posisi perusahaan berada pada kuadran 1, dimana kuadran 1 menunjukan 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 PT. MDN Karya Megah Seputra yaitu :
    a. Memperluas jaringan pemasaran unit yang dikelola. (SO1)
    b. Mempertahankan kualitas unit yang bersih, rapi, dan wangi untuk menjaga kepuasan tamu dalam menyewa unit. (SO2)
    c. Meningkatkan ketersediaan unit. (WO1)
    d. Meningkatkan fasilitas dan peralatan unit. (WO2)
    e. Mampu bersaing dalam memasarkan unit dengan kompetitor. (ST1)
    f. Memahami kebutuhan tamu. (ST2)
    g. Melakukan inovasi dalam pemasaran unit. (WT1)
    h. Menjalin kerjasama dengan bisnis sejenis. (WT2)

3. Berdasarkan hasil analisis metode QSPM, dari 8 alternatif strategi yang ada terdapat satu alternatif strategi yang diprioritaskan untuk diterapkan oleh PT. MDN Karya Megah Seputra yaitu memperluas jaringan pemasaran unit yang dikelola.

5.2 Saran

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

Perusahaan tidak hanya berfokus pada *online application mobile*, seperti Traveloka, Booking.com, AIRBNB, Agoda, dan Tiket.com serta sosial media seperti Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Perusahaan dapat memperluas jaringan pemasaran ke berbagai alternatif-alternatif jaringan pemasaran, yaitu:

1. Perusahaan dapat menjalin relasi dengan perusahaan, rumah sakit, *event organizer*, universitas, sekolah, dan mall dengan tujuan untuk melakukan kerjasama dalam penyediaan akomodasi pada unit-unit yang dikelola oleh perusahaan.
2. Perusahaan dapat membuat *website* resmi yang bertujuan untuk menawarkan unit-unit apartemen yang dikelola.

Analisis Strategi.., Martin Hendrawan, Fakultas Teknik, 2022

3. Perusahaan dapat mempromosikan unit-unitnya ke *marketplace* dan forum yang disediakan oleh media sosial seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Telegram.