BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti terhadap perusahaan kesimpulan yang dapat diambil peneliti adalah :

1. Berdasarkan diagram bobot dan rating setiap unsur matrik SWOT dapat diketahui bahwa posisi perusahaan atau intansi PT Sun Star Prima Motor Cikarang pada saat ini berada pada kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan PT Sun Star Prima Motor Cikarang memiliki Koordinat Internal : ((skor total kekuatan – skor total kelemahan) = $2,00 - 1,00 = 1,00$.Koordinat Eksternal : $1,87 - 1,26 = 0,62$. Jadi titik koordinatnya terletak pada (1,00 ; 0,62) sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif dimana strategi umum yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah menggunakan kekuatan dan peluang perusahaan untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan yang ada.
2. Strategi yang bisa diterapkan adalah strategi agresif yaitu dengan meningkatkan akses pasar yang lebih luas, akses area layanan, meningkatkan kualitas jasa, dan melakukan pengembangan internal dan eksternal.
3. Upaya-upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk dealer Mitsubshi yaitu memelihara mutu pelayanan, meningkatkan kualitas SDM dalam melakukan inovasi produk, menjaga kualitas dan tetap memberikan potongan harga, perluasan pangsa pasar dengan menggunakan media online.

5.2 Implikasi Menajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka untuk meningkatkan jumlah penjualan PT Sun Star Prima Motor Cikarang, penulis memberikan beberapa masukan yang bermanfaat yakni sebagai berikut :

1. Bagi PT Sun Star Motor Cikarang

Merekomendasikan implementasi strategi pemasaran dilihat dari segi 4P pada PT Sun Star Prima Motor Cikarang, yang dianalisis menggunakan matriks SWOT diharapkan pada strategi SO lebih memanfaatkan peluang yang ada dengan keunggulan yang ada (Comparative Advantage Comparative), selanjutnya pada strategi WO diharapkan lebih memilih faktor mana yang dipacu dan faktor mana yang ditunda (Investment or Divestment), selanjutnya pada strategi ST diharapkan dapat memobilisasi beberapa keunggulan untuk mencapai sasaran (Mobilization), dan pada strategi WT diharapkan perlu berhati-hati atau waspada dalam mencapai sasaran (Damage Control). Penelitian ini diharapkan berguna bagi Dealer sebagai bahan masukan bahwa Strategi Pemasaran Produk harus benar-benar diperhatikan dari strategi meningkatkan pelayanan hingga mempertahankan budaya perusahaan untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada. Selain itu pihak kampus harus selalu meningkatkan kualitas karya hasil bagi semua mahasiswanya

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan untuk pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya dan diharapkan agar menambah jumlah variabel penelitian dengan meneliti atau memilih variabel lain untuk dijadikan variabel moderating dalam penelitian kedepan serta obyek penelitian yang lebih luas sehingga hasil penelitian jauh lebih baik.