

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

1. PT. Kuro Bon Indonesia memiliki total skor IFAS sebesar 6,2759 dan skor EFAS sebesar 6,4433. Kekuatan utamanya adalah kualitas *Vent Plug* yang diproduksi. Kelemahan utamanya adalah kurang optimalnya strategi pemasaran. Peluang utama perusahaan adalah perkembangan industri akumulator/accu dan industri manufaktur serta sistem informasi yang berkembang. Ancaman bagi perusahaan adalah perubahan spesifikasi produk sesuai keinginan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil analisis metode SWOT maka didapatkan alternatif strategi pemasaran di PT. Kuro Bon Indonesia yaitu mempertahankan kualitas produk lebih efisien dan berkembang di dunia industri *accumulator/accu* (SO), melakukan pengembangan pada produk aki sesuai dengan kebutuhan *customer* (WO), selalu berkomitmen meningkatkan kualitas produk yang ada dan mengembangkan spesifikasi pada produk (ST), dan menjaga hubungan baik dengan customer dan membuat produk sesuai keinginan customer (WT).

5.2 Saran

1. Untuk meningkatkan pengembangan, PT. Kuro Bon Indonesia terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna menarik kepercayaan agar terus digunakan oleh *customer* dan membuat diferensiasi produk. Dengan pengembangan spesifikasi produk baru akan menimbulkan ketertarikan *customer* pada inovasi produk tersebut.
2. PT. Kuro Bon Indonesia menerapkan strategi SWOT sebagai strategi alternatif untuk meningkatkan volume penjualan dan untuk keberlangsungan PT. Kuro Bon Indonesia.

3. PT. Kuro Bon Indonesia menambahkan spesifikasi baru pada produk untuk menarik minat *customer* supaya penjualan bisa meningkat.
4. Untuk penelitian ini dapat membahas dari segi finansial dan profitabilitas pada PT. Kuro Bon Indonesia.

