

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terkait pendekatan SWOT berbasis Design Thinking dalam upaya meningkatkan penjualan pada CV. Addesia Truss, berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil yang menjawab tujuan penelitian:

1. CV. Addesia Truss memiliki kekuatan berupa produk berkualitas tinggi, harga kompetitif, dan layanan pelanggan yang baik. Kelemahan yang dihadapi adalah sistem pemasaran yang hanya mengandalkan *WhatsApp* dan komunikasi lisan, serta keterbatasan akses informasi produk secara online. Peluang yang tersedia adalah potensi pasar yang luas dengan penggunaan teknologi digital dan peningkatan permintaan akan bahan bangunan berkualitas. Namun, perusahaan juga menghadapi ancaman dari persaingan dengan perusahaan lain yang sudah memiliki platform digital yang lebih baik, serta risiko fluktuasi harga bahan baku, seperti kenaikan harga baja atau material konstruksi lainnya.
2. Usulan strategi untuk meningkatkan penjualan pada CV. Addesia Truss adalah S-O (*Strength-Opportunities*) yang menekan pada penggunaan kualitas produk baja ringan yang berkualitas untuk menarik pelanggan dan memaksimalkan potensi perusahaan, W-O (*Weakness-Opportunities*) berfokus pada peningkatan pemasaran online untuk memperluas jangkauan pasar, memanfaatkan peluang digital untuk mengurangi ketergantungan pada pasar lokal. S-T (*Strength-Treats*) mencakup memberikan penawaran harga terbaik serta peningkatan pelayanan yang profesional untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Sementara itu, strategi W-T (*Weakness-Treats*) melibatkan pembuatan sistem pemasaran online berbasis website untuk menampilkan informasi produk.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi saran yang diberikan sebagai berikut :

1. Strategi yang diusulkan dari penelitian ini sebaiknya diterapkan secara efektif oleh CV. Addesia Truss untuk mencapai tujuan peningkatan penjualan dan pemasaran.
2. CV. Addesia Truss disarankan untuk merekrut karyawan baru di bagian pemasaran untuk memastikan implementasi yang optimal dari strategi pemasaran yang telah dirancang.

