

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Berdasarkan analisis matrik IFAS didapatkan total skor yang dimiliki CV. ADJ sebesar 5,8005, sedangkan analisis matrik EFAS sebesar 5,719. Kekuatan utama yang dimiliki yaitu Kerangka baja ringan yang berkualitas tidak mudah keropos dan anti karat. Kelemahan utama CV. ADJ adalah konsumen memerlukan informasi selain menggunakan media *Face to Face* dan aplikasi whatsapp saja. Peluang utama CV. ADJ Melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan produktivitas CV. ADJ, sedangkan ancaman CV. ADJ Banyaknya pilihan produk kerangka baja ringan di perusahaan lain yang lebih menarik perhatian konsumen.
2. Posisi pemasaran CV. ADJ terletak berada pada kuadran I pada posisi *aggressive*, dimana pada posisi ini mempunyai potensi untuk berkembang seiring dengan kekuatan dan peluang, namun kelemahan dan ancaman harus diidentifikasi.
3. Berdasarkan hasil analisis metode QSPM diperoleh serangkaian pengukuran berdasarkan nilai TAS, Menjaga hubungan baik dengan *customer* dan melakukan promosi agar bisa bersaing dengan kompetitor. (SO 1), Melakukan strategi pemasaran yang dapat menarik perhatian konsumen dan mengikuti perkembangan kerangka baja ringan di setiap zaman. (WO 1), Mempertahankan kualitas produk dengan lebih efisien dan mengikuti perkembangan zaman dalam dunia kerangka baja ringan (ST 1), dan Memanfaatkan media sosial serta menyebar luaskan penjualan CV. ADJ tidak hanya di Kel. Cimuning. (WT 1).

#### **5.2 Saran**

1. CV. ADJ menganalisis untuk mengurangi kelemahan dalam mengubah strategi pemasaran. Melimpahnya informasi penjualan menyebabkan perlunya strategi pemasaran yang lebih baik, seperti pembuatan website agar pelanggan tidak harus memilih pesaing lain.

2. CV. ADJ menerapkan strategi SWOT & QSPM sebagai strategi alternatif untuk meningkatkan volume penjualan dan untuk keberlangsungan CV. ADJ.
3. Melakukan inovasi produk untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Pengembangan varian produk baru yang lebih ekonomis dan efisien dapat menjadi daya tarik tambahan bagi konsumen.
4. CV. ADJ perlu memperluas strategi pemasarannya dengan memanfaatkan platform digital yang lebih modern seperti media sosial, situs web, dan *e-commerce* untuk menjangkau lebih banyak konsumen potensial, terutama di daerah perkampungan.

