

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Kesimpulan penelitian mengenai “Perbaikan Strategi Pemasaran pada CV. Elastico7 Menggunakan Analisis SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)”, yakni:

1. Melalui identifikasi faktor internal dan eksternal, diperoleh hasil bahwa Elastico7 mempunyai 20 variabel kunci untuk faktor internal dan 10 variabel kunci untuk faktor eksternal.
2. Melalui perhitungan Matriks IFE, diperoleh hasil bahwa Elastico7 mendapatkan total skor yaitu 3,474. Sedangkan untuk Matriks EFE, Elastico7 mendapatkan total skor yaitu 3,223. Kemudian dari hasil matrik internal-eksternal (I-E) dapat ditunjukkan bahwa posisi Elastico7 masuk dalam sel I atau berada dalam kategori strategi pertumbuhan (*growth strategy*). Strategi pertumbuhan (*growth strategy*) dirancang agar memperoleh perkembangan, baik dalam penjualan, aset, maupun keuntungan ataupun kombinasi dari ketiganya. Hal tersebut tentunya dapat diraih melalui penurunan harga, pengembangan produk baru, peningkatan mutu produk/jasa, atau perluasan jangkauan pasar.
3. Penggunaan analisis SWOT menghasilkan 8 alternatif strategi bagi Elastico7 yaitu:
  - Strategi 1. Meningkatkan kualitas produk dan menjaga harga tetap terjangkau untuk menambah pangsa pasar.
  - Strategi 2. Melakukan inovasi pada desain produk menggunakan teknologi yang modern dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.
  - Strategi 3. Menjaga harga tetap terjangkau berdasarkan mutu produk supaya mampu menyaingi kompetitor.
  - Strategi 4. Meningkatkan kualitas dan promosi pada bagian marketing untuk mengatasi daya tawar yang tinggi dari pelanggan.
  - Strategi 5. Membuat produk yang lebih beragam dan meningkatkan promosi di media sosial agar dapat memperluas jangkauan segmen pasar.

- Strategi 6. Menurunkan harga jual produk untuk menarik pelanggan baru dan menyediakan ruang tunggu khusus untuk pelanggan agar pelanggan merasa nyaman.
- Strategi 7. Mengadakan pelatihan khusus bagi setiap divisi dan ikut serta menjadi bagian pada *event* tertentu untuk mempromosikan *brand image*.
- Strategi 8. Memperbaiki tata letak fasilitas dan meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan tetap setia.

Selanjutnya, berdasarkan penggunaan analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), maka didapatkan hasil bahwa strategi 1 adalah strategi terbaik bagi Elastico7 yaitu “Meningkatkan kualitas produk dan menjaga harga tetap terjangkau untuk menambah pangsa pasar” dengan TAS terbesar yaitu 5,85. Adapun upaya yang bisa dilakukan Elastico7 untuk meningkatkan kualitas produk salah satunya yaitu dengan menggunakan metode QFD (*Quality Function Deployment*).

## 6.2 Saran

Adapun dari hasil penelitian terhadap Elastico7, penulis memberikan beberapa saran, antara lain:

1. Elastico7 sebaiknya menerapkan strategi prioritas yang didapat berdasarkan hasil matriks QSPM untuk mencapai misi perusahaan yang telah dibuat.
2. Elastico7 hendaknya melakukan evaluasi untuk melihat keuntungan yang diperoleh.
3. Perusahaan hendaknya melakukan perbaikan secara berkelanjutan untuk dapat bersaing di pasaran.