

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan hasil-hasil penelitian sebagai berikut:

1. Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada Alya Batik Trenggalek dalam menghadapi persaingan bisnis global

Analisis SWOT merupakan analisis yang menggabungkan dua faktor dalam suatu perusahaan, faktor tersebut adalah faktor internal yang terdiri dari kekuatan (*Strenghts*) dan kelemahan (*Weaknessess*) perusahaan. Sedangkan untuk faktor eksternal terdiri dari peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup perusahaan. Dalam strategi pemasaran, analisis SWOT digunakan untuk mengukur sejauh mana program yang dilakukan oleh Alya Batik Trenggalek telah tercapai, karena pada kenyataan dilapangan program yang dilakukan oleh Alya Batik Trenggalek dalam menentukan strategi pemasaran berjalan kurang optimal. Alya Batik Trenggalek mempunyai empat strategi antara lain strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

2. Strategi pengembangan produk batik yang diterapkan oleh Alya Batik Trenggalek

Strategi yang cocok digunakan Alya Batik Trenggalek adalah strategi SO. Dalam strategi SO Alya Batik Trenggalek. Ada lima strategi yang dapat diterapkan, antara lain:

- a. Melakukan inovasi produk batik baik dari segi motif, pewarnan dan desain baju serta menonjolkan ciri khas
- b. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk serta pelayanan untuk menjaga citra perusahaan dan kepercayaan konsumen
- c. Memberikan potongan harga untuk pembelian produk batik dalam jumlah besar untuk menarik minat konsumen
- d. Pemanfaatan teknologi untuk sarana promosi dan penjualan
- e. Dengan memiliki legalitas dan Batik Mark dapat dimanfaatkan untuk mendapat kepercayaan dunia atas produk batik asli Indonesia

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga

Dari hasil pembahasan yang telah peneliti uraikan, maka untuk meningkatkan strategi pemasaran, Alya Batik Trenggalek hendaknya memaksimalkan program yang telah ada. Selain itu Alya Batik Trenggalek juga dapat menerapkan strategi baru seperti memasarkan produk melalui internet, agar produk produk yang dimiliki perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat luas.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan untuk penelitian yang akan datang. Selain itu diharapkan pihak kampus dapat menambah referensi baik yang berupa jurnal atau buku-buku yang terkait keuangan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini jumlah data *time series* yang digunakan masih relatif sedikit sehingga dianjurkan bagi penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan data yang lebih banyak lagi, sehingga hasil penelitiannya lebih baik. Selain itu objek yang dipakai dalam penelitian ini masih satu lembaga sehingga diharapkan peneliti yang akan datang dapat mengambil dari keseluruhan lembaga atau perusahaan yang ada di Indonesia.