BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, dalam penerapan Analisis SWOT pada penentuan strategi pemasaran di Paguyuban Sari Roso maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pada tahap masukan, diketahui dalam faktor lingkungan perusahaan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dimana dalam matrik IFE, faktor internal yang paling mempengaruhi perusahaan untuk kekuatannya yaitu Produk yang ditawarkan beragam dan banyak, Kualitas aman dan terjamin yang telah di legalisir oleh dinas kesehatan, Memiliki koneksi penjualan yang luas, Alat atau mesin telah melalui survei dan mendapatkan batuan alat produksi dari Dinas Pangan. Dan untuk kelemahan yang paling berpengaruh adalah Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online, Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi, Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda bermotor. Sedangkan pada matrik EFE, faktor eksternal perusahaan yang paling mempengaruhi dalam hal peluang, yaitu Dapat mengembangkan omset penjualan kedepannya, Meminimalisir angka pengangguran desa karena banyak masyarakat yang tertarik untuk produktif, Gencarkan penggunaan internet dalam pemasaran

produk atau dimanfaatkan untuk mengembangkan *e-business*, Adanya minat konsumen yang tinggi sehingga peluang untuk produsen dalam menciptakan inovasi-inovasi baru. Dan Cuaca hujan sedikit menghambat distributor dalam memasarkan produk, Ketika musim liburan sekolah, sebagian distributor yang pemasarannya di daerah sekolah menjadi sedikit menurun.

Pada tahap pencocokan, data diolah dengan menggunakan matrik IE, matrik Grand Strategy dan matrik SWOT, dimana hasil yang di peroleh pada matrik IE, diketahui posisi Paguyuban Sari Roso adalah pada sel 1. Jadi posisi daripada perusahaan adalah pada strategi pertumbuhan. Strategi yang cocok adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal). Selanjutnya hasil dari pencocokan pada matrik grand strategy dan matrik SWOT, posisi Paguyuban Sari Roso adalah pada kuadran 1 dimana strategi yang cocok adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Dan pada kuadran 1 strategi yang cocok adalah dengan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memaksimalkan peluang. Dan strategi yang cocok adalah strategi SO. Adapun strategi yang dirumuskan pada matrik SWOT yaitu Mengembangkan strategi pemasaran online, Mempertahankan hubungan kerja terhadap relasi, Memberikan pelayanan terbaik, Menjaga dan mempertahankan produk, Mengembangkan strategi promosi, Pemasaran dapat dilakukan dengan roda empat.

Dan pada tahap terakhir yaitu tahap pengambilan keputusan, yaitu menggunakan matrik QSPM, berdasarkan hasil dari tahap pencocokan, alternatif strategi yang paling tepat dipakai adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Dan hasil yang diperoleh dari uji matrik QSPM didapatkan pilihan strategi keunggulan pemasaran pengembangan pasarlah yang cocok diterapkan pada Paguyuban Sari Roso.

B. Saran-Saran

Pada tahap akhir penelitian dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi tanpa mengurangi rasa hormat kepada pihak akademik, pihak Paguyuban Sari Roso di desa Ploso kecamatan Selopuro kabupaten Blitar dan untuk peneliti selanjutnya maka penulis menyampaikan saran-saran:

1. Bagi Pihak Akademik

   Hendaknya temuan ini menjadikan referensi dan sumber keilmuan bagi pihak Akademik. Karena khususnya pada topik yang diangkat mengenai pengaplikasian analisis SWOT ini menjadi penting untuk dipratikkan terkhusus untuk pengembangan kemajuan dunia kegiatan ekonomi dan bisnis.

2. Bagi Paguyuban Sari Roso

   a. Paguyuban Sari Roso, diharapkan dapat mengembangkan keterampilan anggota paguyuban.

b. Paguyuban Sari Roso, perlu membentuk tim IT yang bisa mengemas melalui media *online*.

c. Paguyuban Sari Roso, perlu berupaya meningkatkan kerjasama dengan perusahaan lain untuk mengantisipasi persaingan yang tidak berimbang. Kerjasama tersebut dapat berupa mencari pelanggan ataupun pasar yang baru dan penggunaan teknologi yang dapat meningkatkan keefisienan.

d. Meningkatkan intensitas promosi dan lebih menonjolkan produk dari paguyuban untuk dapat membujuk dan mempengaruhi presepsi konsumen mengenai produk Paguyuban Sari Roso.

e. Paguyuban Sari Roso sebaiknya dapat bekerja sama dengan pihak sponsor maupun mensponsori untuk mengadakan kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan citra perusahaan.

f. Paguyuban Sari Roso diharapkan dapat meningkatkan layanan dari penjualan sampai setelah penjualan agar dapat terus menjaga hubungan baik dengan para konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hendaknya peneliti selanjutnya lebih melakukan penelitian tidak hanya pada analisis SWOT dengan penggunaan matrik SWOT, matrik IE, matrik Grand Strategy dan matrik QSPM saja. Akan tetapi konteks dari kajian strategi bisnis yang lebih luas. Seperti analisis dengan penggunaan matrik BCG, EF, SPACE, dan masih banyak yang lainnya yang belum pernah diteliti pada obyek bisnis lainnya.

Dan semoga peneliti selanjutnya lebih terbuka wawasan keilmuan untuk meneliti terkait dengan analisis matrik ini.