

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Dalang *Collection*, maka didapat kesimpulan berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis lingkungan faktor *internal* meliputi faktor kekuatan dan kelemahan, sedangkan lingkungan faktor *eksternal* meliputi faktor peluang dan ancaman, berikut ini adalah faktor lingkungan *internal* dan *eksternal* di Dalang *Collection*:

- a. Faktor *internal* Dalang *Collection* adalah kekuatan yang meliputi, produk rapi dan tahan lama, kenyamanan saat memakai produk, bahan baku mudah didapatkan, banyaknya variasi produk, harga mencerminkan kualitas produk, dan diskon harga jika membeli dalam jumlah yang banyak. Faktor *internal* kelemahan yang meliputi desain produk yang masih biasa, posisi ukm yang masih melakukan kegiatan secara mandiri dengan peralatan sederhana, kurang melakukan riset dan pengembangan produk, lokasi penjualan kurang strategis, promosi yang kurang maksimal, kurangnya memasang iklan pada media cetak dan elektronik secara rutin.
- b. Faktor *eksternal* Dalang *Collection* adalah peluang dan ancaman, peluang yang meliputi menumbuhkan jiwa peduli lingkungan bagi masyarakat, membantu perekonomian masyarakat, menjadikan media sosial sebagai alat promosi, berkurangnya sampah, menjalin kerja sama dengan instansi pemerintah, lembaga pendidikan dan perusahaan, memberikan jaminan terhadap konsumen. Adapun ancaman berupa adanya produk yang lebih modern dan menarik, daya beli masyarakat masih rendah, harga bahan baku meningkat, fasilitas yang lebih canggih ditempat lain, banyaknya beredar produk sejenis dari pesaing, kekuatan tawar-menawar konsumen tinggi



2. Hasil dari analisis IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) yang mempengaruhi strategi pemasaran di Dalang *Collection* yaitu:

- a. Analisis IFE (*Internal Factor Evaluation*). Faktor *internal* yang mempengaruhi strategi pemasaran yaitu dari kekuatan utama berada pada bahan baku mudah didapatkan, sedangkan kelemahan utama yang dimiliki oleh Dalang *Collection* adalah lokasi penjualan kurang strategis.
- b. Analisis EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Faktor *internal* yang mempengaruhi strategi pemasaran yaitu dari peluang utama pada perusahaan berupa menjalani kerja sama dengan instansi pemerintahan, lembaga pendidikan, dan perusahaan, sedangkan ancaman utama yang didapatkan oleh Dalang *Collection* daya beli masyarakat masih rendah.

3. Hasil dari analisis metode SWOT dan analisis metode QSPM yang sesuai bagi Dalang *Collection* yaitu:

Adapun alternatif strategi dari matriks SWOT menghasilkan 9 Alternatif, yaitu:

- a. Melakukan strategi *dropship* untuk awal agar produk lebih dikenal masyarakat (SO - 1)
- b. Ikut kegiatan pameran-pameran di mall, pameran diluar maupun dalam negeri (SO - 2)
- c. Selalu melakukan inovasi produk dengan melakukan *benchmarking* dengan produk lain (WO - 1)
- d. Promosi lebih gencar melalui internet *marketing* (WO - 2)
- e. Fokus dengan *captive market* melalui produk yang unik dan berbeda (*Handmade*) (ST - 1)
- f. Lebih menggiring isu penyelamatan lingkungan dalam promosi pemasaran (ST - 2)
- g. Penyesuaian produk yang dihasilkan atas dasar *want to need* masyarakat dan juga sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat (ST - 3)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

h. Menggunakan sistem (*Cash on Delivery*) COD dalam strategi penjualannya (WT - 1)

i. Mengadaptasikan teknologi pada proses produksinya (WT - 2)

Dari sembilan alternatif yang ada dalam matriks QSPM menghasilkan satu strategi alternatif yang diprioritaskan untuk dapat diterapkan di Dalam *Collection* yaitu ikut kegiatan pameran-pameran di mall, pameran diluar maupun dalam negeri dengan skor TAS sebesar 5,998.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Bagi Dalam *Collection* penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam memilih alternatif strategi yang akan diterapkan di Dalam *Collection*.

2. Bagi Peneliti

Saran yang diberikan kepada penelitian selanjutnya dapat mengambil topik metode SWOT dan metode *Quantitative Strategic Planning* (QSPM) serta melakukan implementasi di perusahaan tempat melakukan penelitian dengan menggunakan strategi yang telah didapat. Atau perlunya dilakukan pengembangan konsep dan metode - metode yang lainnya yang lebih baru yang dapat digunakan untuk menentukan strategi alternatif untuk pemasaran perusahaan.