

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Analisis Faktor Internal

Hasil analisis faktor internal pada *Showroom* Langgeng Motor Metro terdapat 5 faktor kekuatan dan 4 faktor kelemahan :

1. Kekuatan (*Strenght*)

- Kualitas produk terjamin.
- Banyaknya konsumen online.
- Lokasi *showroom* strategis.
- Keharmonisan karyawan dengan pemilik.
- Modal usaha milik sendiri

2. Kelemahan (*Weakness*)

- Promosi lewat *market place*.
- kurangnya minat konsumen dengan unit berharga tinggi.
- SOP karyawan belum ada.

IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), faktor kekuatan dan faktor kelemahan memiliki selisih total skor 2,192 mengindikasikan *Showroom* Langgeng Motor Metro memiliki kondisi internal yang kuat.

2. Analisis Faktor Eksternal

Adapun factor-faktor analisis eksternal pada *Showroom* Langgeng Motor Metro yaitu terdapat 4 faktor peluang dan 3 faktor ancaman :

a. Peluang (*Opportunities*)

- Menyediakan penjualan unit niaga.
- Adanya cash tempo tanpa bunga.
- Pengadaan unit sesuai kebutuhan konsumen.
- Media sosial digunakan sebagai alat pemasaran dan promosi.

b. Ancaman (*Treaths*)

- Banyak pesaing dibidang serupa.
- Kompetitor melakukan metode pemasaran yang sama.
- Kompetitor menawarkan harga yang lebih murah.

EFAS (*Enternal Factor Analysis Summary*), faktor peluang dan faktor ancaman memiliki selisish total skor 0,968. Karena total skor cukup berarti ini

mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dan berusaha menghindari ancaman-ancaman yang ada.

3. Strategi Pemasaran

Berdasarkan matriks IE Home Industri Azzea Kitchen berada pada kuadran I yaitu dimana kuadran tersebut terletak diantara kekuatan dan peluang. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), faktor kekuatan dan kelemahan memiliki selisih total skor 2,192 dan berada disumbu S yang mengindikasikan bahwa *Showroom* Langgeng Motor Metro memiliki kondisi internal yang kuat, sedangkan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*), faktor peluang dan faktor ancaman memiliki selisih total skor 0,968 dan berada disumbu O, karena selisih total skor cukup tinggi hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dan berusaha menghindari ancaman yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Dalam mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, perusahaan dapat agresif dengan memanfaatkan modal usaha secara efisien untuk merancang strategi pemasaran dan promosi demi meningkatkan penjualan dan citra perusahaan. Tambahkan keagresivitas dengan memaksimalkan kapasitas keunggulan produk untuk meningkatkan penjualan. Lebih lanjut, perkuat kehadiran konsumen online melalui inovasi produk dan kualitas, memanfaatkan teknologi untuk strategi pemasaran yang agresif guna memperkuat pangsa pasar dan daya saing pasar yang kompetitif.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran yang diberikan untuk meningkatkan daya saing pasar pada *Showroom* Langgeng Motor Metro:

1. Perlunya inovasi unit untuk lebih memaksimalkan keinginan konsumen sesuai trend marketing dan supaya perusahaan tetap survive dalam jangka panjang.
2. *Showroom* Langgeng Motor Metro perlu memperluas jangkauan pasar melalui promosi yang lebih maksimal dengan menggunakan platform media sosial dengan cara memasang iklan dan dengan konten yang lebih menarik.
3. *Showroom* Langgeng Motor Metro diharapkan dapat mengimplementasikan 13 strategi yang telah disusun berdasarkan hasil penelitian.