BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data, hasil analisis dan pembahasan serta rumusan masalah yang diajukan, maka simpulan hasil pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Simpulan pada matrik IFAS

Tabel 5.1
Matrik IFAS

NO	KETERANGAN	Bobot	Rating	Skor
S (Strength) Kekuatan				
1	**Pemberian bonus pada konsumen**	0,107	3,0	**0,321**
2	Varian ukuran produk	0,095	2,0	0,90
3	Kerjasama yang baik dengan ekspedisi	0,095	3,0	0,285
4	Merek produk dikenal konsumen	0,098	3,0	0,294
5	Lokasi gudang strategis	0,102	3,0	0,306
W (Weaknesses) Kelemahan				
6	Sistem kerja tidak jelas	0,109	2,0	0,218
7	Kurangnya armada perusahaan	0,098	3,0	0,294
8	Kurangnya komunikasi antar karyawan	0,095	3,0	0,285
9	Kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen terbatas	0,099	3,0	0,297
10	**Kurangnya fasilitas kantor**	0,101	3,0	**0,303**
Jumlah		**0,999**		**3,503**

Sumber : Data yang sudah diolah

Berdasarkan analisis dengan menggunakan matrik IFAS diatas diketahui bahwa perusahaan mempunyai kekuatannya pada faktor pemberian bonus kepada konsumen atau pelanggan. Pada faktor ini skor yang didapat sebesar

0,321. Sedangkan kurangnya fasilitas perusahaan menjadi kelemahan utama yang dimiliki perusahaan dengan jumlah skor 0,303.

2. Simpulan pada matrik EFAS

Tabel 5.2
Matrik EFAS

NO	KETERANGAN	Bobot	Rating	Skor
	O (Opportunity) Peluang			
11	Kesadaran konsumen akan pentingnya mutu produk	0,096	3,0	0,288
12	Perkembangan teknologi	0,097	3,0	0,291
13	Pasar yang besar	0,106	3,0	0,318
14	Perubahan gaya hidup masyarakat	0,093	3,0	0,279
15	**Kebutuhan konsumen akan plastik mika meningkat**	0,108	3,0	**0,324**
	T (Treath) Ancaman			
16	Biaya transportasi semakin mahal	0,101	3,0	0,303
17	Tingkat persaingan tinggi	0,098	3,0	0,294
18	Beragam merek baru yang berpotensi menambah pilihan konsumen	0,095	2,0	0,19
19	**Kemudahan izin usaha dari pemerintah**	0,105	3,0	**0,315**
20	Suku bunga semakin tinggi	0,096	3,0	0,288
	Jumlah	**0,995**		**2,89**

Sumber : Data yang sudah diolah

Dari analisis matrik EFAS diatas diketahui bahwa peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan adalah semakin meningkatnya kebutuhan konsumen akan plastik mika dengan skor 0,315. Adapun kemudahan mendapatkan izin dari pemerintah menjadi ancaman utama perusahaan dengan skor 0, 324.

3. Simpulan pada matrik IE

Tabel 5.3
Matrik IE

Total Skor IFAS

Total Skor EFAS	4,0 Tinggi	3,0 Rata-rata	2,0 Lemah
4,0 Tinggi	I	II	III
3,0 Rata-rata	IV *CV. Mitra Pack*	V	VI
2,0 Lemah	VII	VIII	IX

Sumber : Data yang sudah diolah
dengan mengadopsi dari Rangkuti 2006.

Keterangan:
1,0 – 1,9 = Rendah
2,0 – 2,9 =Sedang/rata-rata
3,0 – 4,0 =Tinggi/lemah

Nilai Pada matrik IE menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi rata-rata, dengan nilai total IFAS adalah 3,503 dan EFAS 2,89. Artinya perusahaan berada pada posisi sel IV dimana perusahaan perlu memelihara kekuatan utamanya dan terus membangun kerjasama dengan pemasok agar dapat mencukupi kekurangan stok barang yang selama ini terjadi. Perusahaan juga perlu mengantisipasi kelemahan yang dihadapi. Antisipasi yang bisa dilakukan adalah dengan melengkapi kekurangan yang ada pada perusahaan dalam hal fasilitas kantor. Perusahaan juga bisa terus melakukan penetrasi pasar secara terus menerus untuk menghadapi persaingan yang ada

4. Simpulan pada martik SWOT

Tabel 5.4
. Matriks SWOT

IFAS / EFAS	S (Strength)	W (Weaknesses)
	2. Pemberian bonus pada konsumen 2. Lokasi gudang strategis 3. Merek produk yang sudah dikenal konsumen 4. Kerjasama yang baik dengan pihak ekspedisi 5. Varian ukuran produk	**6. Kurangnya fasilitas kantor** 7. Kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen terbatas 8. Kurangnya armada perusahaan 9. Kurangnya komunikasi antar karyawan 10. Sistem kerja yang tidak jelas
O (Opportunities) **6. Kebutuhan konsumen akan plastik mika meningkat** 7. Pasar yang besar 8. Perkembangan teknologi 9. Kesadaran konsumen akan pentingnya mutu produk 10. Perubahan gaya hidup	**Strategi SO** Melakukan promosi dengan pemberian bonus kepada konsumen dan berusaha mencukupi kebutuhan konsumen dengan melakukan pembelian produk lebih banyak (S1 dan O1).	**Strategi WO** Mencukupi kebutuhan konsumen akan plastik mika dengan menambah pembelian produk dari pemasok dan menambah ataupun melengkapi fasilitas kantor yang dinilai masih kurang. (W1 dan O1).
T (Threats) **6. Kemudaha izin usaha dari pemerintah** 7. Biaya transportasi semakin mahal 8. Tingkat persaingan tinggi 9. Suku bunga semakin tinggi 10. Beragam merek baru yang berpotensi menambah pilihan konsumen	**Strategi ST** Terus meningkatkan promosi dengan cara memberikan bonus produk maupun potongan harga kepada pelanggan dan menyiapkan perusahaan dari pendatang baru karena yang disebabkan oleh kemudahan izin dari pemerintah (S1 dan T1).	**Strategi WT** Melengkapi fasilitas kantor guna meningkatkan dan memudahkan pekerjaan karyawan dan menyiapkan perusahaan dari persaingan baru yag timbul karena mudahnya mendapat izin usaha dari pemerintah (W1 dan T1).

Sumber : Data yang sudah diolah dengan mengadopsi dari Rangkuti 2006.

Pada matrik SWOT perusahaan memiliki empat macam bentuk strategi yang bisa digunakan yaitu strategi SO,ST,WO dan WT. Strategi SO, yaitu Melakukan promosi dengan pemberian bonus kepada konsumen dan berusaha mencukupi kebutuhan konsumen. Strategi ST, yaitu Terus

menambah promosi dengan pemberian bonus dan menyiapkan perusahaan dari pendatang baru karena kemudahan izin dari pemerintah. Strategi WO, yaitu Mencukupi kebutuhan konsumen dan menambah ataupun melengkapi fasilitas kantor. Strategi WT, yaitu Melengkapi fasilitas kantor dan menyiapkan perusahaan dari persaingan baru karena kemudahan izin dari pemerintah.

5. Simpulan pada matrik QSPM

Tabel 5.5
Matrik QSPM

No	Alternatif Strategi	Nilai Total Alternatif Skor
1	**Strategi SO**	**16,949**
2	Strategi ST	13,888
3	Strategi WO	8,016
4	Strategi WT	10,967

Sumber : Data yang sudah diolah

Dari matrik QSPM diperoleh hasil strategi yang direkomendasikan untuk digunakan perusahaan yaitu strategi SO dengan nilai skor 16,949. Strategi ini lebih mengutamakan kekuatan untuk meningkatkan penjualan dan menghadapi persaingan juga pemanfaatan peluang yang maksimal. Adapun caranya adalah dengan terus mempertahankan program promosi dengan pemberian bonus kepada konsumen dan melakukan pembelian barang dari pemasok lebih banyak untuk mencukupi permintaan pasar yang semakin besar. Melakukan lobi dengan pemasok lain, agar tidak tergantung dengan satu pemasok. Sehingga dapat mengantisipasi masalah kekurangan stok produk yang selama ini terjadi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang coba siajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
    a. Pihak manajemen maupun pimpinan perusahaan hendaknya melakukan penambahan jumlah pemasok barang guna mengantisipasi kekurangan stok produk yang selama ini terjadi
    b. Perusahaan perlu mengevaluasi kembali strategi pemasaran yang sedang di jalankan, karena jika terus melakukan penambahan pelanggan dan memperluas pangsa pasar dengan menggunakan kekuatan produk tanpa diimbangi jumlah produk yang mencukupi, perusahaan akan dinilai tidak konsisten dalam memenuhi pesanan pelanggan.
    c. Perusahaan perlu kritis terhadap semua faktor internal dan eksternal yang sedang dihadapi. Selain itu perusahaan perlu melengkapi semua kekurangannya dan membenahi segala kelemahannya agar dapat meraih peluang bisnis yang ada.
2. Bagi penelitian selanjutnya
    a. Hendaknya peneliti yang akan melakukan penelitian serupa dapat melengkapi matriknya dengan cara perhitungan bobot dan rating yang lebih sederhana.
    b. Peneliti hendaknya lebih jelas dalam menjabarkan perhitungan semua matriknya, terutama pada matrik QSPM.