

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan pada bab 5, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang digunakan oleh Kusumah Motor adalah penetrasi pasar, yaitu strategi pemasaran menggunakan cara tradisional dan kurang memanfaatkan teknologi yang ada seperti penyebaran informasi dari mulut ke mulut dan hanya memperlihatkan barang dagangannya di *showroom* tidak memanfaatkan media sosial. Untuk pemasarannya Kusumah Motor berusaha merangsang konsumen atau calon konsumen agar meningkatkan pembeliannya yaitu membeli lebih banyak dan lebih sering melakukan promosi harga, iklan, publisitas, perluasan distribusi untuk membantu kegiatan ini. Selain itu pada bagian SDM, karyawan-karyawan yang ada di Kusumah Motor berdasarkan hasil perekrutan dan seleksi kemudian dibekali ilmu dan cara untuk melakukan *maintenance* terhadap mobil agar selalu dalam kondisi baik karena Kusumah Motor ingin menjadi sebuah *showroom* yang tidak hanya menjual mobil bekas saja, tetapi ingin menjual mobil bekas dengan kualitas terbaik secara konsisten.
2. Faktor internal Kusumah Motor yang terlihat dalam tabel IFAS memiliki skor 2,39 dan faktor eksternal dari Kusumah Motor yang tertuang dalam tabel EFAS memiliki skor 1,45. Kuadran II dimana letak grafik Kusumah

motor berada menandakan bahwa kusumah motor merupakan sebuah organisasi yang memiliki kelemahan dan memiliki peluang yang besar dalam memenangkan pasar. Lingkungan eksternal dan internal sangat berpengaruh terhadap perkembangan Kusumah Motor. Oleh sebab itu, kusumah motor sudah mulai mengikuti tren dengan cara menjual mobil keluaran terbaru dan rating pada faktor ini adalah 4 untuk analisis faktor eksternal. Tersedianya berbagai macam *leasing* yang bekerjasama dengan DP dan cicilan murah yang membuat Kusumah Motor lebih baik daripada *showroom* mobil lainnya. Hal ini memudahkan pelanggan untuk memiliki mobil pilihannya dengan cara mudah. Oleh sebab itu rating pada faktor ini yaitu 4 untuk analisis faktor internal

3. Analisis SWOT menunjukkan bahwa kusumah motor berada pada kuadran II yang berarti bahwa organisasi kusumah motor memiliki 6 strategi yaitu pengembangan pasar, penetrasi pasar, pengembangan produk, integritas horizontal, diversifikasi konsentrik, dan divestasi. Strategi-strategi yang digunakan bertujuan untuk mengembangkan kusumah motor sehingga dapat tumbuh dan mencapai tujuan secara maksimal serta memperbaiki kelemahan-kelemahan yang dimiliki. Strategi yang dapat dilakukan yaitu strategi WO, dengan strategi WO ini kusumah motor dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalisir kelemahan yang dimiliki. Strategi yang dapat dilakukan oleh Kusumah Motor yaitu strategi diversifikasi dimana Kusumah Motor dapat memperluas operasionalnya seperti penjualan aksesoris mobil, bengkel perbaikan mobil, dan bengkel

modifikasi mobil agar Kusumah Motor lebih di kenal masyarakat khususnya di dunia otomotif.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan pada bab 5, maka terdapat beberapa saran berdasarkan strategi SWOT yang dapat direkomendasikan oleh peneliti yaitu:

1. Mempertahankan strategi penetrasi pasar
2. Mengembangkan strategi diversifikasi konsentrik yaitu menambahkan penjualan tidak hanya mobil tetapi menyediakan sepeda motor dan dapat memanfaatkan fasilitas yang telah ada.
3. Kusumah motor dapat mempertahankan produknya yang berkualitas dan layanan prima diikuti dengan pengembangan bisnis kerjasama dengan *leasing* dan *showroom* lain.
4. Kusumah motor memiliki berbagai kerjasama dengan *leasing* dapat dipublikasikan di media sosial mengenai DP murah dan cicilan ringan.
5. Gaya hidup masyarakat yang telah meningkat menjadikan kusumah motor harus menyediakan mobil baru dengan murah atau penawaran DP dan cicilan rendah.
6. Kusumah motor menyediakan alat untuk perbaikan dan mengembangkan teknologi media sosial dan web.

7. SDM dan cara perorganisasian kusumah motor telah dikelola secara profesional sehingga menjaga kepercayaan terhadap konsumen yang menilai negatif.
8. Peraturan pemerintah tidak memberatkan perusahaan jika kualitas baik yang dimiliki kusumah motor tetap dipertahankan guna meningkatkan penjualan.
9. Kusumah motor harus membuat media iklan yang lebih baik berupa website dan media sosial serta mempunyai karyawan yang khusus untuk mengembangkan media iklan.
10. Kusumah motor harus memperluas perusahaan atau tempat penjualannya sehingga mempunyai stok yang lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- David, Fred R. 2005. *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta : Salemba Empat.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Ferrel,O.C and D, Harline. 2005. *Marketing Strategy*. South Western:Thomson Corporation.
- Hunger, David K. dan Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*: Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Jogiyanto. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th edition. Pearson Education.
- Mathis, dan Jackson. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Salemba Empat
- Pearce dan Robinson. 2008. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, Michael E. 2007. *Strategi Bersaing (competitive strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Rangkuti Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Soeratno dan Lincoln Arsyad. 1993. *Metodologi Penelitian. Edisi Revisi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Stoner, Freeman, dan Gilbert. Jr. 2001. *Manajemen Strategi, Edisi Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, Sumadi. 2008. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Susilo Martoyo. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Kedelapan. Yogyakarta. BPFE. Yogyakarta.
- Thompson. 2008. *Crafting & Executing Strategy; The Quest for Competitive advantage, sixteenth edition*. McGraw-Hill International Edition.
- Umar, Husein. 2001. *Strategic management in action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yuliana dan Nurhadi. 2007. *Ekonomi SMA/MA Kelas XII*. Jakarta: Bumi Aksara.