

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan oleh peneliti dari hasil analisis yang telah dilakukan pada Antena HDF Surabaya adalah sebagai berikut :

1. Dalam menetapkan strategi pemasaran, Antena HDF menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi, dan melakukan analisis SWOT.
2. Dari perhitungan matriks IFAS dan EFAS, dapat diketahui bahwa hasil nilai IFAS yaitu da nilai EFAS yaitu. Rincian hasil nilai skor masing – masing faktor yaitu faktor kekuatan (*strengths*) sebesar 2,35, faktor kelemahan (*weaknesses*) sebesar 1,05, faktor peluang (*opportunities*) sebesar 1,38, dan faktor ancaman (*threats*) sebesar 1,76.
3. Berdasarkan hasil nilai skor tersebut, pada diagram analisis SWOT menunjukkan pada kuadran II yang mendukung diversifikasi. Artinya meskipun menghadapi berbagai macam ancaman, Antena HDF masih memiliki kekuatan dari segi internal perusahaan. Strategi yang harus ditetapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memnfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi (produk/pasar). inovasi yang merupakan kunci utama untuk tetap berada dalam persaingan bisnis dalam industri yang sejenis.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap perusahaan, saran yang dapat diambil oleh peneliti sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang bisa diterapkan pada Antena HDF kedepannya agar tetap dapat bersaing dengan usaha sejenis dapat menggunakan strategi diversifikasi, yaitu :
 - a. Menawarkan produk yang bervariasi dengan tetap mempertahankan kualitas produk untuk menghadapi pesaing.
 - b. Memproduksi varian antena baru dengan harga yang lebih ekonomis agar dapat menjangkau semua tingkatan konsumen.
 - c. Mengoptimalkan promosi yang dilakukan di sosial media dengan konsep yang menarik. Promosi yang dilakukan tidak cukup hanya dengan mengandalkan beberapa sosial media, tetapi perlu dilakukan di berbagai *platform* sosial media dan *e-commerce*.
 - d. Meningkatkan kinerja karyawan harus lebih diperhatikan khususnya disaat mengadakan promo – promo tertentu sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan kecepatan pengiriman produk yang berdampak pada naiknya citra perusahaan. Ketepatan dan kecepatan dalam pengiriman produk memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap keberlangsungan usaha yang juga berimbas kepada bagaimana cara perusahaan dapat bersaing dengan usaha lain yang sejenis.