

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis data nilai faktor internal yaitu sebesar 2,705 didapat dari total penjumlahan rating faktor kekuatan dan kelemahan PT.Wings Surya Atambua. Nilai 2,705 memiliki arti bahwa nilai tersebut cukup tinggi dengan penilaian skala likert. Nilai indikator kekuatan paling tinggi terdapat pada poin “PT. Wings Surya memiliki produk sabun mandi berkualitas dengan harga yang terjangkau” dengan bobot sebesar 3,50 dan bobot item sebesar 0,176. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Wings memiliki produk sabun mandi yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Sedangkan nilai indikator kelemahan paling tinggi terdapat pada poin “PT. Wings Surya memiliki struktur biaya tinggi” dengan bobot sebesar 3,20 dan bobot item sebesar 0,161. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Wings Surya Atambua memiliki biaya produksi yang tinggi.
2. Berdasarkan hasil analisis data nilai faktor eksternal yaitu sebesar 3,277 didapat dari total penjumlahan rating faktor peluang dan ancaman PT. Wings Surya Atambua. Nilai 3,277 ini memiliki arti bahwa nilai tersebut tinggi dengan penilaian skala likert. Nilai indikator peluang paling tinggi terdapat pada poin “PT. Wings Surya memiliki jaminan produk sabun mandi yang berkualitas” dengan bobot 3,43 dan bobot item 0,133. Hal ini

menunjukkan bahwa PT. Wings Surya Atambua memiliki jaminan produk yang berkualitas. Selanjutnya nilai indikator ancaman paling tinggi terdapat pada poin “Peraturan baru / diperkenakannya pajak tambahan” dengan bobot 3,29 dan bobot item 0,128. hal ini menunjukkan bahwa PT. Wings mendapatkan ancaman berupa pengenaan pajak tambahan.

3. Hasil analisis data mengenai posisi PT. Wings Surya Atambua dengan menggunakan analisis Diagram dan Matriks SWOT menunjukkan bahwa PT. Wings Surya berada dalam fase pertumbuhan yang stabil. Dengan nilai faktor internal 2,705 dan nilai faktor eksternal sebesar 3,277. Strategi pengembangan yang cocok diterapkan pada PT. Wings Surya Atambua dalam meningkatkan volume penjualan produk sabun mandi adalah Strategi ST (*Strength dan Threats*). Posisi ini menandakan bahwa PT. Wings Surya Atambua menggunakan kekuatan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa PT. Wings Surya Atambua yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung didalam lingkungan eksternal.
4. Dari hasil analisis diagram SWOT kuantitatif maka dapat dijelaskan bahwa PT. Wings Surya Atambua berada pada Kuadran II (Positif-minus). Posisi ini menandakan PT. Wings Surya Atambua berada pada posisi yang kuat namun memiliki tantangan yang cukup besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah **Diversifikasi Strategi**, artinya perusahaan dalam kondisi mantap namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga

diperkirakan roda perusahaan akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya.

5.1. Saran

Saran – saran yang diberikan peneliti dalam penelitian ini khususnya bagi PT. Wings Surya Atambua dalam meningkatkan volume penjualan produk sabun mandi antara lain :

1. Perusahaan perlu untuk meminimalisir biaya produksi sehingga tidak berdampak pada harga produk yang tinggi sehingga bisa mampu bersaing dengan perusahaan lain dalam penentuan harga produk.
2. Perusahaan perlu untuk memproduksi produk dengan ciri khas tertentu sehingga bisa membuat konsumen memiliki daya tarik akan produk yang diproduksi oleh PT. Wings Surya Atambua.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Alfred, D. Chandler, Jr. 1962. *Strategy and Structure: Chapters in The History of The Industrial Enterprise*. Cambridge Mass: MIT Press.
- Abdul, Solihin. 2012. *Analisis Kebijakan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Anoraga, Panji. 2014. *Psikologi Kerja*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Asri, Marwan. 1991. *Marketing*. UPT-AMP YKPN. Yogyakarta.
- Daryanto. 2011. *Manajemen pemasaran: Sari Kuliah*. Satu Nusa. Bandung.
- Firna M. A. Poluan, Silvy L. Mandey, Imelda W.J. Og. 2019. *Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen. Universitas Sam Ratulangi.
- Feibe, Kereh. DKK. 2018. “*Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi*”. JURNAL EMBA: Vol.6 No.2.
- Fandy, Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi 1, Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2009. *Metode Penelitian manajemen*. BP. UNDIP: Semarang.
- Hariadi, Bambang. 2003. *Strategi Manajemen*. Bayumedia, Publishing, Jakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. ALFABETA. Bandung.
- Heizer, Jay dan Render, Barry. 2008. *Operations Management*. 9th Edition, Pearson Prentice Hall. United States Of America.
- Indriyo, Gitosudarmo. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, cetakan keempat, Penerbit: BPFE-Yogyakarta.
- Joewono, Handito. 2012. *Strategy Management*. Arrbey. Jakarta.

- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Retrieved November 20, 2019, from <https://kbbi.web.id/nilai>.
- Khodijah, Nyayu. 2014. *Psikologi Pendidikan*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Susanto, AB. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Buku Dua. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- _____. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Penerbit Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Indeks kelompok Gramedia. Jakarta.
- _____. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi kesebelas, PT Indeks Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Penerbit Erlangga.
- Lupiyaodi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3, Salemba Empat. Jakarta.
- Munawir. 2006. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty Nazir, Moh. 2013. Metode Penelitian. Balai Aksara. Jakarta.
- Mursyidi. 2008. *Akuntansi Biaya*. Refika Aditama. Yogyakarta.
- Nirwana. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Penerbit Dioma, Malang.
- Nafanu, Sirilius. 2012. *Strategi Marketing Mix*. Edisi Pertama, Penerbit Media Absolute. Yogyakarta
- Nafanu, Sirilius dan Patiung, Marten. 2013. *Manajemen Modern*. Edisi I. Absolut Media: Jakarta.
- Priyatno, Dwi. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Mediakom: Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Utama: Jakarta.

- _____. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Utama: Jakarta.
- _____. 2009. *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka: Jakarta
- Rais, Sasli. 2009. *Pengembangan Pengadaan Syariah di Indonesia dengan Analisis SWOT*. Jurnal Pengembangan Bisnis dan Manajemen STIE PBM, vol.IX no. 14 April 2009.
- Rivai, Veithzal. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- _____. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan ke-2: CAPS (Center For Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- _____. 2015. *Manajemen dan pengembangan Sumber Daya Manusia*. CAPS (Center For Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Seran, Sirilius. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Gita kasih: Kupang.
- Salusu, J. 2000. *Pengambilan Keputusan Stratejik*. Gramedia. Jakarta.
- Siagian, Sondang P. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Ketiga Belas. Bumi Aksara, Jakarta.
- Swastha, Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Penerbit Liberty: Yogyakarta.
- Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods For Business : A Skill Building*. Edition, New York.
- Siswanto, Sutojo. 2009. *Manajemen Pemasaran*. PT. Damar Mulia Pustaka: Jakarta.
- Sari Rahayu. 2018. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Furniture Pada CV. Pelita Jaya Padang*. Ensiklopedia of Journal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sumbar Pariaman. Vol 1. No. 1. Edisi 2. <http://jurnal.ensiklopediaku.org>

Timpe. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran dan Sumber Daya Manusia*. Jakarta.

Wardoyo, Paulus. 2021. *Enam alat analisis Manajemen*. Penerbit University Press. Semarang

Yusanto dan Wijayakusuma. 2002. *Mengagas Bisnis Islam*. Gema Insani Press: Jakarta.