

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan yang dapat menjawab tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Hasil identifikasi terhadap faktor-faktor internal perusahaan didapatkan kekuatan yang saat ini dimiliki oleh perusahaan, yaitu:

- a. Memiliki sistem informasi yang cukup baik.
- b. Tempat yang strategis.
- c. Hanya satu yang berdiri di Kalimantan Selatan.
- d. Memiliki SDM yang berusia muda dan potensial untuk dikembangkan.
- e. Harga jual produk yang kompetitif.

Sedangkan faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan perusahaan, yaitu:

- a. Kurangnya motif dalam jenis kerudung dan hijab.
- b. Kompetensi SDM yang lemah dalam bidang pengelolaan dana.
- c. Kurangnya transportasi untuk pengantaran barang.
- d. Promosi yang kurang luas.
- e. Belum adanya kesepahaman dengan *stakeholders* mengenai arah pengelolaan dana.

2. Dari hasil identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal perusahaan dihasilkan peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan, yaitu:

- a. Mudah diterima pasar.
- b. Produknya yang diminati masyarakat Banjarmasin.
- c. Selalu diterima saat mempromosikan produk baru.
- d. Salah satu produknya sesuai dengan ciri khas Kota Banjarmasin.
- e. Ekspektasi *stakeholders* yang tinggi terhadap perusahaan.

Sedangkan yang menjadi ancaman bagi perusahaan, yaitu:

- a. Usaha pesaing yang lebih maju.
- b. Pesaing mempunyai jalur distribusi luas.
- c. Ditinggalkan pasar besar bila mempromosikan ke daerah lain.
- d. Adanya pelanggan yang tidak tetap.
- e. Tren pasar yang sesuai dengan usaha ini.

3. Hasil pencocokan melalui analisis SWOT diperoleh delapan alternatif strategi pemasaran yang layak diimplementasikan, yaitu:

- a. Memperluas sasaran pasar sampai keluar daerah Banjarmasin sekaligus memperkenalkan salah satu produknya yang berciri khas Kota Banjarmasin dengan harga yang terjangkau.
- b. Mengembangkan usaha bisnis ini dengan menggunakan SDM yang potensial dari perusahaan sehingga menciptakan produk yang semakin diminati oleh masyarakat Banjarmasin.

- c. Mempertahankan harga jual produk yang lebih murah dari pesaing serta lebih mengedepankan sistem pelayanan yang terbaik.
- d. Membangun saluran distribusi yang merata untuk memperluas wilayah pemasaran dengan para mitra kerja.
- e. Menciptakan keanekaragaman motif dalam kerudung dan hijab agar lebih menarik perhatian konsumennya.
- f. Mendorong promosi dari mulut ke mulut dengan membuktikan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen baik di pasar sasaran ataupun kepada konsumen yang datang langsung ke perusahaan.
- g. Memberikan variasi motif yang berbeda dari pesaing.
- h. Memperluas sarana promosi untuk menciptakan daya saing yang tinggi di tengah banyaknya persaingan dengan usaha ini.

Kemudian melalui pengolahan QSPM diperoleh prioritas strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan Helwa Hijab di Kota Banjarmasin yang berturut-turut, yaitu:

- a. Mengembangkan usaha bisnis ini dengan menggunakan SDM yang potensial dari perusahaan sehingga menciptakan produk yang semakin diminati oleh masyarakat Banjarmasin.
- b. Mempertahankan harga jual produk yang lebih murah dari pesaing serta lebih mengedepankan sistem pelayanan yang terbaik.

- c. Memperluas sasaran pasar sampai keluar daerah Banjarmasin sekaligus memperkenalkan salah satu produknya yang berciri khas Kota Banjarmasin dengan harga yang terjangkau.
- d. Memperluas sarana promosi untuk menciptakan daya saing yang tinggi di tengah banyaknya persaingan dengan usaha ini.
- e. Menciptakan keanekaragaman motif dalam hijab agar lebih menarik perhatian konsumennya.
- f. Membangun saluran distribusi yang merata untuk memperluas wilayah pemasaran dengan para mitra kerja.
- g. Memberikan variasi motif yang berbeda dari pesaing.
- h. Mendorong promosi dari mulut ke mulut dengan membuktikan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen baik di pasar sasaran ataupun kepada konsumen yang datang langsung ke perusahaan.

B. Saran-saran

1. Berdasarkan hasil dari penelitian, sebagai saran bagi perusahaan Helwa Hijab di Kota Banjarmasin, yaitu untuk bisa memperluas lagi sarana promosinya agar usaha yang dijalankan ini lebih dikenal masyarakat luas dan berkembang seperti adanya membuka cabang diberbagai daerah, serta selalu mempertahankan pemasaran syariahnya yang sudah diterapkan itu.

2. Bagi para peneliti berikutnya melihat masih banyaknya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran dalam perusahaan Helwa Hijab di Kota Banjarmasin ini. Selain itu dapat pula dengan mengambil objek yang berbeda tidak hanya sebatas pada strategi pemasarannya saja, namun dapat meneliti kearah manajemen pengelolaan atau strategi pengembangannya.