BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam operasionalnya, CV. Global Warna telah melakukan strategi pemasaran berupa periklanan (*advertising*), pemasaran (*marketing*), publisitas (*publicity*), penjualan perseorangan (*personal selling*), dan penjualan langsung (*direct marketing*) untuk memasarkan produk-produk percetakan agar para konsumen dapat lebih mengenal berbagai produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. Berdasarkan hasil analisis faktor strategis internal (IFAS) dan faktor strategis eksternal (EFAS) ditemukan bahwa faktor-faktor kekuatan (*strengths*) mempunyai nilai skor sebesar 2,23 sedangkan faktor-faktor kelemahan (*weaknesses*) mempunyai nilai skor sebesar 0,57. Hal ini berarti CV. Global Warna mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dibandingkan faktor kelemahan dalam menentukan strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing. Sedangkan melalui hasil analisis terhadap faktor-faktor peluang (*opportunities*) mempunyai nilai skor sebesar 2,74 dan faktor-faktor ancaman (*threats*) mempunyai nilai skor sebesar 0,39. Hal ini menunjukkan bahwa upaya penentuan strategi bersaingnya CV. Global

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Warna Sidoarjo mempunyai peluang yang cukup besar dibandingkan ancaman yang akan timbul.

3. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang dapat digunakan salah satunya untuk menentukan strategi bersaing pada CV. Global Warna Sidoarjo yaitu *stable growth strategy*. Artinya, dalam pengembangan ke depan, CV. Global Warna dapat menggunakan strategi pertumbuhan peran namun dilakukan secara bertahap sesuai skala prioritas.

B. Saran

Dalam penelitian ini perlu kiranya disampaikan beberapa saran yang dapat berguna bagi CV. Global Warna maupun pihak-pihak yang memerlukannya, yaitu:

1. Perusahaan hendaknya memperhatikan aspek pemasaran karena kurangnya tenaga pemasaran yang bertugas untuk mendatangi pelanggan. Dalam jangka pendek, pihak perusahaan perlu menambah karyawan bagian pemasaran. Selain itu, pihak perusahaan juga perlu untuk membuat *website* sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan jasa perusahaan kepada pihak luar.
2. CV. Global Warna Sidoarjo memiliki kemampuan untuk merubah potensi menjadi suatu prestasi dan kineja yang lebih baik, sehingga arah kebijakan yang tepat untuk meningkatkan dan memperbesar peranan perusahaan dalam berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, sekaligus memperluas peran serta memanfaatkan berbagai peluang yang ada.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Bagi para peneliti selanjutnya, sangat disarankan untuk mengetahui secara lebih luas mengenai strategi pemasaran dalam peningkatan daya saing pada bidang bisnis percetakan, dengan cara menambah obyek penelitian lebih dari satu perusahaan percetakan agar memperoleh hasil penelitian yang maksimal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id