

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan Analisis SWOT dapat diidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan penjualan adalah sebagai berikut :

a). *Faktor Internal*

1. Faktor Kekuatan yang terdiri dari : permodalan usaha kuat dengan bobot 0,131979695 rating 4, jaringan pemasaran luas bobot 0,111675127 rating 3, memiliki banyak cabang bobot 0,126903553 rating 4, kesejahteraan karyawan mengenai gaji terjamin bobot 0,101522843 rating 3, kualitas sepeda motor relatif baik bobot 0,111675127 rating 3, memiliki servis perbengkelan tersendiri bobot 0,116751269 rating 3.

2. Faktor Kelemahan yang terdiri dari : promosi kurang bobot 0,086294416 rating 2, penjualan sepeda motor tidak stabil bobot 0,07106599 rating 2, jaminan garansi mesin sepeda motor kurang bobot 0,07106599 rating 2, pelayanan kepada pelanggan kurang maksimal 0,07106599 rating 2.

b). *Faktor Eksternal*

- 1). Faktor Peluang yang terdiri dari : merk sepeda motor sudah dikenal sehingga memudahkan informasi bobot 0,159509202 rating 4, minat

pembelian sepeda motor *second* masih cukup tinggi bobot 0,128834356 rating 3, lokasi dealer yang strategis bobot 0,128834356 rating 3, keuntungan penjualan yang cukup tinggi bobot 0,134969325 rating 3, kerjasama dengan manajemen leasing cukup kuat bobot 0,153374233 rating 3.

2). Faktor Ancaman yang terdiri dari : banyak pengusaha dealer yang sejenis bobot 0,110429448 rating 3, kondisi manajemen keuangan internal yang tidak stabil 0,085889571 rating 2, kondisi perekonomian negara dan tingkat pendapatan masyarakat yang mempengaruhi daya beli masyarakat akan sepeda motor *second* bobot 0,098159509 rating 2.

2. Berdasarkan hasil dari Diagram Matriks SWOT menunjukkan perpotongan garis pada koordinat (0,88;0,78) menunjukkan strategi *expansion mendukung strategi offensif*, strategi ini adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yaitu Strategi SO. Strategi SO yang digunakan adalah melakukan strategi akuisisi, melakukan pendekatan penetrasi pasar, meningkatkan kualitas sepeda motor, menambah jumlah *varians* sepeda motor *second*, mempermudah pengurusan sepeda motor kredit.
3. Dari analisis perhitungan dengan menggunakan matriks BCG mengenai tingkat pertumbuhan pasar dan pangsa pasar, maka dapat disimpulkan bahwa :

- a). Tingkat pertumbuhan pasar pada dealer Wijaya Motor adalah sebesar 10,3 % dimana nilai ini menunjukkan dealer Wijaya Motor memiliki tingkat pertumbuhan pasar tinggi.
- b). Pangsa pasar relatif dealer Wijaya Motor lebih besar dibandingkan dengan dealer Trijaya Motor karena nilai pangsa pasar relatif dealer Wijaya Motor pada Tahun 2012 adalah 1,02 x dan 2013 adalah 1,04 x dimana keduanya memiliki nilai lebih besar dari 1 (>1).
- c). Hasil Analisis perhitungan dengan Matriks BCG mengenai Tingkat pertumbuhan pasar (*Market Growth*) dan Pangsa pasar relatif (*Market Share Relative*) maka dapat diketahui posisi dealer Wijaya Motor berada di kuadran *Question Mark (?)* yang menunjukkan posisi berada pada Laju pertumbuhan yang cukup tinggi tapi Pangsa pasar dalam kondisi rendah. Strategi yang digunakan dealer Wijaya Motor adalah dengan strategi portofolio dengan melakukan strategi pengembangan pasar, merger dengan dealer lain, memaksimalkan aset, menambah modal usaha, memaksimalkan tenaga sales penjualan dan memperbanyak promosi.

5.2. Saran

Berdasarkan dari hasil kesimpulan yang diuraikan diatas, maka saran-saran yang dapat disampaikan untuk dealer Wijaya Motor adalah :

1. Mempertimbangkan strategi usulan yang sudah dibuat berdasarkan dengan metode SWOT dan metode BCG untuk *diimplementasikan*.
2. Dapat menciptakan strategi baru dengan mengkombinasikan strategi dari penulis dan strategi yang sudah ada di dealer Wijaya Motor.

3. Meningkatkan kinerja manajemen lebih optimal mulai dari sales sampai tingkat lebih tinggi, sehingga bisa meningkatkan pendapatan dealer Wijaya Motor.