

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data dengan menentukan strategi, dari matriks IFAS, EFAS, IE dan analisis SWOT di CV Cahaya Aqiqah adalah seperti berikut :
  - a. Analisis matriks IE (*Internal Eksternal*), dari hasil skor matriks yang dihasilkan CV Cahaya Aqiqah berada dalam sel kuadran-I strategi *Agresif* yang artinya dapat bertumbuh, berkembang dan meningkat.
2. Berdasarkan hasil pada QSPM merupakan lanjutan dari hasil analisis matriks SWOT dengan masing-masing 2 kriteria SO, WO, ST, WT maka diperoleh hasil :
  - a. Skor TAS (*Total Attractive Score*) tertinggi yaitu WO1 (6,11) yaitu memiliki media promosi yang tepat, S02 (5,85), membuat konten yang menarik melalui media online dan bekerjasama media besar/ *influencer* untuk branding dan WT2 (5,72), Pembuatan SOP standar penyajian makanan yang baik dan benar, khususnya dimasa pandemi.
3. Berdasarkan hasil analisis pengolahan data dengan menggunakan metode AHP dalam menentukan prioritas penentu media promosi, maka diperoleh hasil kesimpulan sebagai berikut :
  - a. Melalui perhitungan AHP diperoleh data nilai bobot dari setiap prioritas kriteria tertinggi hingga terendah yaitu jangkauan dengan bobot 0,7452, tingkat pengaruh dengan bobot 0,1772 dan pembiayaan dengan bobot 0,0876.
  - b. Hasil perhitungan bobot kriteria dan data awal diperoleh data alternatif (A1) yaitu *instagram* sebagai ranking eigen vektor keputusan tertinggi sebesar 0,6285 dengan total persentasi 62%
  - c. Dari gambar 4.10 hasil vektor eigen normalisasi, dapat kita lihat perbandingan terhadap kriteria jangkauan nilai tertingginya ialah *instagram* 0,64, perbandingan terhadap kriteria tingkat pengaruh nilai

tertingginya ialah *instagram* 0,79, dan perbandingan terhadap kriteria pembiayaan nilai tertinggi ialah brosur 0,73.

- d. *Instagram* layak menjadi rekomendasi prioritas, sebagai pilihan utama media promosi, karena dapat menjangkau lebih luas, tingkat pengaruhnya sangat tinggi dan pembiayaan relatif rendah.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil yang disimpulkan tersebut, bahwa peneliti dapat menyampaikan saran yang bisa dipertimbangan oleh perusahaan. Adapun beberapa saran yang dimaksud yaitu :

1. Usulan hasil penelitian ini semoga membawa hasil yang baik bagi perusahaan.
2. Semoga pada penelitian ini bisa dimanfaatkan menjadi bahan perbandingan bagi perusahaan CV Cahaya Aqiqah dalam menentukan strategi alternatif yang digunakan di dalam mengaplikasikan usaha dengan tujuan memajukan penjualan.
3. Diharapkan penelitian ini dapat dilakukan pengembangan lebih lanjut pada penelitian selanjutnya, dengan cara menambahkan faktor kriteria yang lain, sesuai dengan kebutuhan dan mengkombinasikan metode sistem pendukung keputusan yang lain dengan tujuan mencapai tujuan perusahaan.
4. Menjalin kerjasama yang baik dengan media besar atau *influencer* untuk membantu branding dan memperkenalkan CV Cahaya Aqiqah ke masyarakat luas.
5. Diharapkan CV Cahaya Aqiqah memberikan *reward* bagi karyawan yang berhasil mengajak konsumen untuk aqiqah di CV Cahaya Aqiqah dengan cara memberikan tugas untuk masing-masing karyawan di setiap hari sabtu dan minggu dengan memposting tentang promo CV Cahaya aqiqah, melalui *whatsapp* masing-masing karyawan. Hal ini dimaksudkan sebagai strategi pemasaran dengan bekerjasama dan memberikan kesempatan untuk karyawan mendapatkan tambahan pendapatan.