

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian formulasi strategi dalam Strategi Pemasaran Buku Pelajaran Sekolah di CV.Sentra Media, maka dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut:

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil dari analisis faktor lingkungan *internal* CV.Sentra Media, maka diketahui faktor kekuatan terdiri dari 8 faktor yaitu Kualitas produk yang ditawarkan, Variasi Produk yang ditawarkan, Ketersediaan produk, Jumlah sales team yang banyak, Hubungan baik dengan penerbit, Hubungan baik dengan pelanggan, Diskon yang besar, dan Kecepatan pengiriman. Sedangkan kelemahannya terdiri dari 4 faktor yaitu Gudang yang kurang luas, Belum adanya pengelolaan sistem persediaan, Kurangnya modal, dan Kurangnya kendaraan operasional. Kemudian hasil dari analisis faktor lingkungan *eskternal* CV.Sentra Media diketahui terdapat 4 faktor peluang yaitu Meningkatnya jumlah sekolah yang ada di Kota dan Kabupaten Bogor, Industri buku pelajaran terus berkembang, Perubahan kurikulum dari K13 ke kurikulum Merdeka, dan Perkembangan teknologi industri perbukuan. Sedangkan ancaman terdiri dari 4 faktor yaitu Menurunnya anggaran buku sekolah, Adanya pesaing yang memberikan bonus besar kepada pihak sekolah, Banyaknya pesaing baru, dan Perusahaan bermodal besar mengembangkan usahanya ke bidang penerbitan buku.
2. Berdasarkan hasil dari tahap input yang terdiri dari matriks IFE dan EFE, diketahui hasil matriks IFE dengan total skor 3,0 dan pada matriks EFE dengan total skor 3,3. Kemudian pada tahapan pencocokan matriks IE diketahui bahwa perusahaan CV.Sentra Media berada pada kuadran I yang merupakan wilayah *Grow and Build* dengan strategi yaitu strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk, dan strategi integrasi ke

belakang. Sedangkan untuk matriks SWOT menghasilkan beberapa strategi yang dapat di terapkan di perusahaan CV.Sentra Media yaitu Strategi SO dengan meningkatkan kualitas produk, ketersediaan produk dan jumlah *sales team* yang banyak untuk meningkatkan perkembangan industri buku pelajaran sekolah karena perubahan kurikulum merdeka. Strategi WO dengan menambah modal serta memperluas gudang agar bisa memenuhi kebutuhan buku pelajaran karena meningkatnya jumlah sekolah di kota dan kabupaten Bogor dan berkembangnya teknologi industri perbukuan. Strategi ST dengan meningkatkan hubungan yang baik dengan pelanggan dan penerbit untuk mengatasi ancaman dari pesaing baru dan pesaing yang memberikan bonus besar kepada sekolah. Strategi WT yaitu dengan mengoptimalkan modal yang dimiliki dan membuat sistem pengelolaan persediaan untuk menghindari ancaman perusahaan bermodal besar yang mengembangkan usahanya ke bidang penerbitan buku.

3. Hasil dari perhitungan yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai total attractive score atau TAS dari yang terbesar secara berurut adalah Meningkatkan kualitas, ketersediaan produk dan jumlah *sales team* yang banyak untuk meningkatkan perkembangan industri buku pelajaran sekolah karena perubahan kurikulum merdeka, dengan nilai STAS sebesar 5,719. Strategi penetrasi pasar yang dilakukan adalah dengan cara membuka cabang baru di tempat-tempat yang daya saingnya rendah namun tempat tersebut strategis seperti contohnya adalah di daerah Bogor bagian timur seperti Cileungsi, dengan nilai STAS sebesar 5,647. Menambah modal serta memperluas gudang agar bisa memenuhi kebutuhan buku pelajaran karena meningkatnya jumlah sekolah di kota dan kabupaten Bogor dan berkembangnya teknologi industri perbukuan, dengan nilai STAS sebesar 5,578. Strategi pengembangan Produk dengan cara menambah *line up* produk yang dijual. Untuk kedepannya perusahaan bisa menambah beberapa produk untuk TK atau taman kanak-kanak atau untuk pendidikan anak usia dini atau biasa disingkat PAUD, dengan nilai STAS sebesar 5,548. Meningkatkan hubungan yang baik dengan pelanggan dan penerbit untuk mengatasi ancaman dari pesaing baru dan

pesaing yang memberikan bonus besar kepada sekolah, dengan nilai STAS sebesar 5,530. Strategi Integrasi ke belakang dengan cara menambah kembali beberapa kerja sama kontrak dengan penerbit-penerbit besar yang ada di Indonesia seperti Penerbit Erlangga, Penerbit Yudhistira, Penerbit Tiga Serangkai, dan Penerbit Ganeca Exact, dengan nilai STAS sebesar 5,484. Mengoptimalkan modal yang dimiliki dan membuat sistem pengelolaan persediaan untuk menghindari ancaman perusahaan bermodal besar yang mengembangkan usahanya ke bidang penerbitan buku dengan nilai STAS sebesar 5,325. Dan Strategi pengembangan pasar dengan cara melakukan penawaran atau penjualan melalui media sosial seperti Instagram. Kemudian meningkatkan kembali performa penjualan di *market place* Shopee dan membuka toko *online* di *market place* lainnya seperti tokopedia, lazada, dan lainnya dengan nilai STAS 5,283.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang penulis rumuskan sebagai berikut:

1. CV.Sentra Media diharapkan mampu mempertahankan pangsa pasar produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan harga bersaing tetapi dengan kualitas yang jauh lebih baik serta meningkatkan pemasaran secara efektif.
2. CV.Sentra Media hendaknya tetap menjaga hubungan yang baik dengan customer dan supplier agar dapat terus bertahan dari serangan kompetitor.
3. Owner CV.Sentra Media harus mampu mengelola dan menambah kembali modal perusahaan agar perusahaan dapat berkembang, mulai dari memperluas gudang, menambah kendaraan operasional dan lainnya.