

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan kesimpulan dan saran yang akan diberikan berdasarkan hasil pengolahan data serta analisis dan pembahasan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada 5 kriteria yang terdiri dari 14 subkriteria yang menjadi dasar dalam penentuan strategi pemasaran untuk seragam sekolah.
2. Terdapat hubungan *inner dependence* dan *outer dependence* antar kriteria berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan metode ANP. Hubungan *inner dependence* antar subkriteria terdapat pada kriteria *managerial capabilities* dan *customer linking capabilities* dan hubungan *outer dependence* antara subkriteria terdapat pada kriteria *managerial capabilities*, *customer linking capabilities*, *market innovation capabilities*, *human resource assets*, dan *reputational assets* berdasarkan kuesioner hubungan ketergantungan antar kriteria yang telah disebarkan terhadap 5 responden.
3. Terdapat 4 alternatif strategi pemasaran untuk seragam sekolah yang merupakan hasil penkerucutan dari 9 alternatif strategi pemasaran yang telah dirumuskan dengan menggunakan analisis SWOT.
4. Prioritas pertama alternatif strategi pemasaran terpilih bagi pemasaran produk seragam sekolah PT. Mermaid Textile Indonesia Mojokerto berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan metode *fuzzy TOPSIS* yaitu strategi Membangun *brand image* perusahaan dengan melakukan kegiatan promosi produk secara *online* dan jejaring sosial, promosi produk pada pelanggan dua bulan sebelum musim kenaikan kelas serta mendukung program pemerintah, dan penyediaan pusat pelayanan pelanggan melalui nomor bebas pulsa.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari penelitian ini dilihat dari dua sisi yaitu dari sisi akademi dan dari sisi aplikasi terhadap perusahaan. Hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Dari Sisi Akademik:

Berikut ini merupakan saran yang dapat diberikan dari sisi akademik pada penelitian ini:

1. Menggunakan metode MCDM lain dalam memecahkan permasalahan sejenis untuk kemudian dilakukan perbandingan hasilnya.
2. Melakukan pengembangan kriteria yang menjadi factor penentu dalam pemilihan strategi pemasaran terbaik bagi perusahaan agar hasil strategi yang terpilih dapat lebih ekstensif.

Dari Sisi Aplikasi:

Berikut ini merupakan saran yang dapat diberikan dari sisi akademik pada penelitian ini:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa mendapatkan *follow up* dari pihak perusahaan dan dapat dijadikan pertimbangan dalam pemilihan strategi pemasaran untuk produk seragam sekolah bagi perusahaan.
2. Penelitian tersebut dapat dilakukan tidak hanya pada perusahaan manufaktur lain tetapi juga diharapkan dapat diterapkan untuk perusahaan jasa.

