

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan pengolahan data, peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Menurut matriks IFE dan EFE, kondisi variabel internal dan eksternal Roemah Hijab Salsabilla menunjukkan empat kekuatan dan empat kelemahan serta empat peluang dan empat ancaman. Dalam analisis internal, kekuatan utama yang dimiliki adalah “Berada di lokasi yang strategis” dengan nilai sebesar 0,764, sedangkan kelemahan terendah adalah “Terbatasnya opsi media pembelian” dengan nilai sebesar 0,096. Hasil total dari matriks IFE menunjukkan nilai sebesar 2,826. Sementara itu, dalam analisis eksternal, peluang utama yang dapat dimanfaatkan adalah “Meningkatnya minat konsumen” dengan nilai sebesar 0,78, dan ancaman utama yang dihadapi adalah “Selera konsumen yang cenderung berubah-ubah” dengan nilai sebesar 0,214. Nilai total yang dicapai oleh matriks EFE adalah sebesar 2,84.
2. Posisi Roemah Hijab Salsabilla berdasarkan hasil pengolahan matriks IE, SPACE, dan SWOT menunjukkan arah strategi yang konsisten untuk pengembangan bisnis. Pada matriks IE, Roemah Hijab Salsabilla berada pada sel V (*Hold and Maintain*) dengan rekomendasi strategi berupa penetrasi pasar dan pengembangan produk. Sementara itu, hasil analisis matriks SPACE menempatkan Perusahaan pada kuadran IV (*Competitive*), yang mendukung penerapan strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal. Selanjutnya, melalui matriks SWOT, diperoleh 10 rumusan alternatif strategi, yaitu SO1, SO2, SO3, WO1, WO2, ST1, ST2, ST3, WT1, dan WT2, yang disusun berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi.
3. Rekomendasi strategi prioritas bagi Roemah Hijab Salsabilla berdasarkan metode QSPM adalah “Mengoptimalkan sistem pencatatan stok dan

pemasaran digital melalui media sosial, konten interaktif, dan *live shopping*” dengan nilai STAS tertinggi yaitu sebesar 6,853.

4. Keadaan strategi usaha Roemah Hijab Salsabilla pada *Business Model Canvas* usulan adalah dengan memperbaiki dan menambahkan hasil dari formulasi strategi. Penambahan yang dilakukan yaitu pada *Key Partners* (menjalin kerja sama dengan *reseller*, *dropshipper*, *influencer*, dan komunitas hijab untuk memperluas jaringan pasar), *Key Activities* (optimalisasi sistem pencatatan stok dan pemasaran digital serta penyelenggaraan *flash sale* melalui *pop-up store*), *Value Propositions* (menawarkan layanan gratis ongkir untuk wilayah tertentu dan penyesuaian motif dan warna hijab berdasarkan *feedback* pelanggan), *Customer Relationships* (menyediakan program loyalitas berupa *cashback* dan diskon khusus serta kolaborasi dengan komunitas hijab dan *influencer* lokal), *Customer Segments* (menargetkan segmen utama berupa remaja dan ibu-ibu berusia 15-50 tahun), *Key Resources* (pengembangan dan pelatihan SDM), *Channels* (menambah saluran promosi digital dan opsi media pembelian), *Cost Structures* (penambahan biaya promosi), dan *Revenue Streams* (menyediakan *bundling* produk dengan penawaran paket khusus dan program *reseller* maupun *dropshipper*).

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Roemah Hijab Salsabilla

Berdasarkan hasil analisis dan strategi alternatif yang telah dirumuskan melalui pendekatan *Business Model Canvas* dan QSPM, Roemah Hijab Salsabilla diharapkan dapat lebih adaptif terhadap dinamika pasar, khususnya dalam hal digitalisasi operasional dan pemasaran. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah merekrut sumber daya manusia yang memiliki kompetensi di bidang pemasaran digital, pengelolaan transaksi *platform e-commerce*, serta analisis data penjualan *online*. Sistem pencatatan stok juga dapat ditingkatkan menggunakan aplikasi *Warehouse*

Management System (WMS) yang menawarkan pengelolaan persediaan secara optimal, meskipun membutuhkan pelatihan yang lebih kompleks dan biaya langganan tahunan. Selain itu, Roemah Hijab Salsabilla dapat menetapkan penanggung jawab dalam pengelolaan administrasi dan manajemen stok, serta melakukan evaluasi kinerja operasional secara berkala, guna memastikan ketercapaian target yang telah ditetapkan dan meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan jumlah responden dan menggunakan tingkat kesalahan (*Margin of error*) yang lebih kecil untuk meningkatkan akurasi dari hasil penelitian. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan analisis *benchmarking* dengan kompetitor untuk membandingkan kinerja dan strategi yang diterapkan di industri yang sama, sehingga hasil penelitian dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam merancang strategi yang dapat diterapkan secara efektif oleh pelaku usaha.