

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Alternatif strategi menggunakan metode QSPM (*Quantitative Strategy Planning Matrix*) didapatkan hasil 3 (tiga) strategi yang dekat kaitannya dengan pemasaran. Strategi yang sesuai untuk diterapkan di CV. Milk Cheese Indonesia yaitu, ST1 yaitu membuat iklan publikasi/promosi penjualan via *online* dengan nilai skor TAS 3.8 dengan posisi peringkat I. ST2 yaitu membuat *website* untuk penjualan via *online* dengan nilai skor TAS 3.8 dan berada pada peringkat II. ST3 yaitu membuat Sertifikat Izin Edar (BPOM) sebagai sertifikat perizinan usaha mendapatkan nilai skor TAS 2.85 dengan peringkat IV.

Hasil analisis strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT dan metode QSPM, tiga alternatif strategi tersebut layak untuk direkomendasikan karena sesuai dengan strategi intensif dari zona *Growth and Built* (sel II dan IV).

6.2. Saran

3 (tiga) alternatif strategi pemasaran keju halloumi di CV. Milk Cheese Indonesia diharapkan dapat diaplikasikan oleh pihak perusahaan CV. Milk Cheese Indonesia, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk keju halloumi CV. Milk Cheese Indonesia dan dapat bersaing di pasaran dengan baik.