

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis pengolahan, data dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dapat diketahui faktor internal Gradia Boutique Office adalah:
 - a) Faktor internal kekuatan Gradia Boutique Office adalah Lokasi yang cukup strategis, berdekatan dengan pusat perbelanjaan, serta dekat dengan pusat bisnis, Keamanan terjamin 24 jam dengan dukungan sistem manajemen dan personil professional, Didukung koneksi internet yang cepat, Belum ada *serviced office* lain di sekitar kawasan Gradia Boutique Office berdiri, dan Nama perusahaan sudah dikenal *customer*.
 - b) Faktor internal kelemahan Gradia Boutique Office adalah Memiliki modal yang terbatas, Lahan parkir terbatas, Terbatasnya jumlah karyawan, Terbatasnya media promosi yang digunakan dan Sedikitnya pilihan ukuran ruang kantor.
2. Dapat diketahui faktor eksternal Gradia Boutique Office adalah:
 - a) Faktor eksternal peluang Gradia Boutique Office adalah Permintaan *serviced office* terus meningkat, Biaya sewa kantor konvensional masih sangat mahal, Terus berkembangnya bisnis *serviced office* di Jakarta, Berkembangnya CBD baru disekitar Gradia Boutique Office dan Harga sewa di segitiga emas CBD lebih mahal.
 - b) Faktor eksternal ancaman Gradia Boutique Office adalah Perekonomian Indonesia tidak stabil, Pesaing semakin berkembang dan tersebar, Munculnya *co working space* sebagai pengganti *serviced office*, Pesaing asing dengan modal besar banyak masuk ke Indonesia, dan Masuknya *serviced office* dengan standar fasilitas lebih rendah.
3. Untuk memperoleh alternatif strategi yang bagi Gradia Boutique Office dilakukan tahap masukan, tahap pencocokan, dan tahap keputusan:
 - A. Tahap input terdiri dari Matriks IFE dan Matriks EFE.
 - a) Berdasarkan hasil dari Matriks IFE, Gradia Boutique Office memiliki organisasi yang kuat secara internal yaitu dengan nilai 2.963.

- b) Berdasarkan hasil dari Matriks EFE, Gradia Boutique Office secara baik mengambil keuntungan dari peluang yang ada saat ini dan meminimalkan efek yang mungkin muncul dari ancaman eksternal yaitu dengan nilai 2.3.
- B. Tahap pencocokan terdiri dari Matriks SWOT, Matriks IE, dan Matriks Strategi Besar.
 - a) Berdasarkan hasil Matriks SWOT diperoleh alternatif strategi yaitu Penetrasi pasar, Pengembangan pasar dan Pengembangan produk.
 - b) Berdasarkan hasil Matriks IE diperoleh alternatif strategi yaitu Penetrasi pasar, Pengembangan Pasar, dan Pengembangan Produk.
- 4. Berdasarkan tahap keputusan dari hasil Matriks QSPM, terdapat 3 strategi yang paling banyak jumlahnya yaitu strategi Penetrasi Pasar, Pengembangan Pasar dan Pengembangan Produk Strategi yang sesuai untuk diterapkan oleh Gradia Boutique Office adalah Strategi Penetrasi Pasar yang memiliki nilai tertinggi sebesar 6.561.

5.2 Saran

Saran-saran yang dapat diberikan untuk Gradia Boutique Office sebagai berikut:

1. Gradia Boutique Office dengan menerapkan Strategi Penetrasi Pasar yaitu:
 - a) Memberikan layanan yang berkualitas terhadap *customer* untuk meningkatkan penjualan perusahaan.
 - b) Meningkatkan pemasaran dengan melakukan promosi penjualan secara ekstensif kepada *customer* baru.
 - c) Meningkatkan informasi-informasi yang diperoleh untuk mengetahui faktor-faktor *eksternal* agar perusahaan dapat mengantisipasi momentum-momentum ketika perekonomian Indonesia tidak stabil.
2. Saran-saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya adalah:
 - a) Untuk menganalisis industri dan pesaing, sebaiknya didukung dengan data primer dan sekunder.
 - b) Sebelum melakukan penelitian awal, sebaiknya dilakukan identifikasi sesuai dengan data yang ada di Gradia Boutique Office sehingga akan mendapatkan hasil yang dapat kami harapkan.