

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis IFAS dan EFAS yang dilakukan di Estie's Orchid, diperoleh beberapa faktor yang mempengaruhi bisnis perusahaan ini. Dari sisi internal kekuatan utama Estie's Orchid adalah citra produk yang baik dimata konsumen, mudah menghubungi toko melalui *chat* sosial media, dan tanaman anggrek yang dipasarkan secara online memiliki kualitas yang sama dengan aslinya dengan masing-masing memiliki nilai skor 0.48. Sedangkan kelemahan Estie's Orchid adalah capaian online *marketplace* yang tidak menyeluruh, belum memanfaatkan iklan di sosial media, belum mengoptimalkan promosi online (*discount, free ongkir, give away*), konten sosial media yang kurang menarik, dan kurang stabil dalam produksi dengan nilai skor 0.27. Dari sisi eksternal faktor peluang terbesar bagi Estie's Orchid adalah loyalitas pelanggan online dan banyaknya peminat tanaman anggrek di sosial media memiliki nilai skor paling tinggi yaitu 0.50. Sedangkan faktor ancamannya adalah munculnya para pesaing online, kendala-kendala distribusi online, undang-undang baru yang meningkatkan biaya, *review* konsumen di sosial media, konsumen online yang tidak setabil dengan nilai skor 0.28.
2. Berdasarkan analisis matriks QSPM, strategi pengembangan yang harus dilakukan oleh Estie's Orchid adalah strategi S-O yaitu membangun citra produk yang baik dimata konsumen dengan memanfaatkan peminat tanaman anggrek yang banyak di sosial media.

Saran

1. Diharapkan Estie's Orchid dapat membenahi kekurangan yang ada dan memanfaatkan segala potensi dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan peneliti untuk meningkatkan dan memajukan perusahaan hingga masa yang akan datang.
2. Diharapkan Estie's Orchid dapat melaksanakan strategi yang tepat untuk pengembangan pemasaran tanaman anggrek melalui *digital marketing* dan melihat *digital marketing* sebagai potensi yang sangat menjanjikan untuk media bisnis.

