

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Bersumber pada rumusan masalah, maka pengamatan serta pengolahan data yang dilakukan oleh penulis pada Toko Mario *Collection* dilakukan dengan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) setelah itu diolah kembali dengan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*) yang mendapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil dari Analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) yang mempengaruhi strategi pemasaran di Toko Mario *Collection* yaitu :
  - a. Analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*). Faktor internal yang mempengaruhi strategi pemasaran yaitu dari kekuatan utama berada pada *Delivery order* dan Buka setiap hari, sedangkan kelemahan utama yang dimiliki oleh Toko Mario *Collection* adalah bergantung pada variasi produk yang dijual dan kurangnya promosi dalam media sosialnya, dan pendataan pemasukan dan pengeluaran Toko Mario *Collection* masih manual.
  - b. Analisis EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*). Faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran yaitu dari peluang utama pada digitalisasi promosi, sedangkan ancaman utama yang didapatkan oleh Toko Mario *Collection* munculnya pesaing yang berkualitas.

2. Hasil dari analisis metode matriks SWOT yang sesuai bagi Toko Mario *Collection* yaitu:

a. Toko Mario *Collection* berada di posisi *Diversification*, yaitu *Strength* dan *Threats* yang dimana peningkatan grafik menunjukkan tingkat II (*Diversification*), dalam hal ini produk Toko Mario *Collection* mempunyai kekuatan yang baik seperti fasilitas yang bersih, kualitas produk, *delivery order*, buka setiap hari tetapi mempunyai beberapa ancaman yaitu munculnya pesaing yang berkualitas, belum tersedia toko *online* seperti (shopee, Lazada, Tokopedia dll), bergantung pada kesehatan karyawan, bergantung pada kelancaran variasi produk.

b. S-O Strategi : 1. Mengoptimalkan pelayanan *delivery order* agar memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian melalui digitalisasi pelayanan (S3, O2). 2. Memaksimalkan kualitas produk agar menarik konsumen dalam melakukan digitalisasi promosi (S2, O3).

W-O Strategi : 1. Menambahkan variasi model pakaian dengan mengikuti trend disekitar pemukiman penduduk (W1, O4). 2. Meningkatkan promosi dalam melakukan digitalisasi promosi melalui media sosial (W3,O3).

S-T Strategi : 1. Meningkatkan kualitas produk dengan menambahkan kelancaran variasi produk di era munculnya pesaing yang berkualitas (S2, T1, T4). 2. Menambahkan variasi *delivery order* di setiap toko online seperti shopee, lazada, tokopedia agar tidak bergantung pada kesehatan karyawan (S3, T3, T2).

W-T Strategi : 1. Mencari lokasi yang strategis dan melakukan pendataan berbasis digital agar menyeimbangi pesaing yang berkualitas (W4, W5,

- T1). 2. Menambahkan jumlah karyawan agar tidak bergantung pada kesehatan karyawan (W2, T2).
3. Hasil dari analisis metode QSPM yang sesuai bagi Toko Mario Collection yaitu:
- a. Mengoptimalkan pelayanan delivery order agar memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian melalui digitalisasi pelayanan (SO-1). 2. Memaksimalkan kualitas produk agar menarik konsumen dalam melakukan digitalisasi promosi (SO-2). 3. Menambahkan variasi model pakaian dengan mengikuti trend disekitar pemukiman penduduk (WO-1). 4. Meningkatkan promosi dalam melakukan digitalisasi promosi melalui media sosial (WO-2). 5. Meningkatkan kualitas produk dengan menambahkan kelancaran variasi produk di era munculnya pesaing yang berkualitas (ST-1). 6. Menambahkan variasi delivery order di setiap toko online seperti shopee, lazada, tokopedia agar tidak bergantung pada kesehatan karyawan (ST-2). 7. Mencari lokasi yang strategis dan melakukan pendataan berbasis digital agar menyeimbangi pesaing yang berkualitas (WT-1). 8. Menambahkan jumlah karyawan agar tidak bergantung pada kesehatan karyawan (WT-2).
- b. Adapun hasil dari analisis menggunakan metode matriks QSPM, dari delapan alternatif strategi terdapat satu alternatif strategi yang diprioritaskan untuk dilakukan oleh Toko Mario Collection yaitu, meningkatkan promosi dalam melakukan digitalisasi promosi melalui media sosial dengan skor TAS sebesar 4,97.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis secara *obyektif* di Toko Mario *Collection*, maka penulis memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan untuk pengembangan Toko Mario *Collection* sebagai berikut :

1. Toko Mario *Collection* disarankan dapat meningkatkan promosi dalam melakukan digitalisasi promosi melalui media sosial.
2. Toko Mario *Collection* disarankan mengoptimalkan pelayanan *delivery order* agar memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian melalui digitalisasi pelayanan.
3. Toko Mario *Collection* disarankan menambahkan jumlah karyawan agar tidak bergantung pada kesehatan karyawan.
4. Toko Mario *Collection* disarankan meningkatkan kualitas produk dengan menambahkan kelancaran variasi produk di era munculnya pesaing yang berkualitas.
5. Toko Mario *Collection* disarankan untuk menambahkan variasi *delivery order* di setiap toko *online* seperti shopee, lazada, tokopedia agar tidak bergantung pada kesehatan karyawan.
6. Toko Mario *Collection* disarankan untuk memaksimalkan kualitas produk agar menarik konsumen dalam melakukan digitalisasi promosi.
7. Toko Mario *Collection* disarankan untuk menambahkan variasi model pakaian dengan mengikuti *trend* disekitar pemukiman penduduk.

8. Toko Mario *Collection* disarankan untuk mencari lokasi yang strategis dan melakukan pendataan berbasis digital agar menyeimbangi pesaing yang berkualitas.

