

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada Toko Rini *Fashion*, diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. Hasil analisis strategi terhadap faktor internal terdapat 5 strategi kekuatan dan 3 faktor kelemahan :

1. Kekuatan (*Strenght*)

- Produk berinovasi dengan harga yang murah
- Berusaha menghadirkan jenis produk terbaru
- Merek yang dipasarkan sudah terkenal
- Modal usaha milik pribadi
- Lokasi strategis dan parkir luas

2. Kelemahan (*Weakness*)

- Produk yang rusak pada barang saat distribusi
- Promosi di *marketplace* kurang maksimal
- Minim tenaga pemasaran

2. Adapun strategi terhadap faktor – faktor eksternal yaitu terdapat 3 peluang dan 2 faktor ancaman :

1. Peluang (*Opprtunities*)

- Usaha *fashion* memiliki pasar potensial yang berkembang dari tahun ke tahun
- Toko telah memiliki pelanggan tetap
- Adanya perkembangan marketing secara online

2. Ancaman (*Treaths*)

- Minat beli konsumen musiman
- Cukup banyak pesaing lokal

3. Berdasarkan hasil dari matriks IE, Toko Rini *Fashion* berada pada Kuadran IV yaitu berada pada posisi tumbuh dan bangun (*Growth and Build*). Strategi yang paling tepat untuk Toko Rini *Fashion* yaitu Strategi penetrasi pasar ( *Market Penetration*) yaitu dengan cara :

1. mendorong Toko Rini *Fashion* agar lebih gencar mempromosikan dan memasarkan produk dengan melakukan promosi atau iklan yang lebih menarik konsumen baik secara online dan offline
2. Bekerjasama dengan berbagai pihak seperti selebgram, juga diharapkan dapat menyesuaikan harga yang diberikan kepada konsumen.

Didapatkan 7 alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh Toko Rini *Fashion* dalam menghadapi persaingan yaitu :

- Memperluas pangsa pasar
- Memaksimalkan modal yang dimiliki untuk merancang strategi dan menghadirkan jenis produk baru
- Memperkuat promosi dengan menampilkan keunggulan merek berkualitas dan harga yang terjangkau
- Gunakan modal untuk merancang strategi promosi khusus saat libur hari raya dan libur nasional
- Menampilkan keunggulan produk yang dapat memberikan keunggulan kompetitif dari pesaing
- Memaksimalkan marketing di media sosial
- Menambah karyawan yang kompeten

Berdasarkan hasil diagram cartesius SWOT Toko Rini *Fashion* berada pada Kuadran I dan strategi yang digunakan adalah S-O (*Strenght– Opportunities*)

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran yang diberikan dalam menghadapi persaingan pada Toko Rini *Fashion*, sebagai berikut

1. Perlunya menerapkan promo potongan harga atau diskon untuk pembelian diatas batas tertentu atau implementasikan program keanggotaan yang memberikan keuntungan berbelanja khusus baik ecer atau grosir pada pelanggan setia.
2. Toko Rini *Fashion* perlu memperluas jangkauan pasar melalui promosi yang lebih maksimal dengan menggunakan platform media sosial dengan cara memasang iklan dan bekerja sama dengan *influencer* atau selebgram.
3. Toko Rini *Fashion* diharapkan dapat mengimplementasikan 7 strategi yang telah disusun berdasarkan hasil penelitian.