

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis SWOT dan studi literatur pada toko Idealistina Shop, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- 1) Idealistina Shop telah menerapkan 4p, yaitu sebagai berikut:
 - a) *Product*, menawarkan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen
 - b) *Price*, menetapkan harga produk yang dijual dengan memperhatikan harga pasaran terlebih dahulu
 - c) *Promotion*, memberikan promosi seperti diskon dan voucher potongan ongkir untuk konsumen
 - d) *Place (distribution)*, mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen
- 2) Hasil dari analisis SWOT yang telah diuraikan adalah:
 - a) *Strengths* memperoleh skor 2,18 yang tergambar dari brand produk yang rata-rata dikenal banyak orang, harga produk cukup bersaing, kualitas produk terjamin dan BPOM, pembelian produk lebih mudah melalui E-commerce, pengiriman cepat, packing aman dan loyalitas pelanggan dalam pembelian produk pada Idealistina Shop.

- b) *Weakness* memperoleh skor 0,54 yang tergambar dari jumlah stok variasi produk yang kurang lengkap, promosi yang dilakukan belum maksimal, karyawan kurang terlibat dalam promosi perusahaan, pelayanan admin dalam merespon chat melalui aplikasi E-commerce dan media sosial kurang tanggap.
- c) *Opportunities* memperoleh skor 1,74 yang tergambar dari perkembangan permintaan konsumen, daya beli masyarakat pada produk makeup dan skincare, kemajuan teknologi, brand sangat terbuka dengan kerja sama terhadap ritel-ritel kosmetik, mengikuti event atau booth offline yang berkaitan dengan kecantikan.
- d) *Threats* memperoleh skor 1,14 yang tergambar dari banyaknya toko ritel pesaing yang menjual produk sejenis, harga yang ditawarkan pesaing cenderung mempunyai selisih yang tidak berbeda jauh, promosi pesaing lebih maksimal, pelayanan yang diberikan oleh pesaing lebih tanggap dan variasi produk yang ditawarkan oleh pesaing lebih banyak.

Diperoleh selisih IFAS 1,64 dan EFAS 0.60 sehingga dapat disimpulkan perlu dilakukan *Growth Oriented Strategy* pada Idealistina Shop

5.2. Saran-Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

5.2.1. Saran Teoritis

1. Hasil penelitian dapat dilanjutkan dengan mengembangkan penelitian-penelitian lainnya dengan strategi SWOT atau strategi lainnya.

5.2.2. Saran Praktis

1. Pihak Idealistina Shop memerlukan adanya SDM bagian marketing untuk mengembangkan strategi pemasaran Idealistina Shop.
2. Kepada pihak Idealistina Shop agar meningkatkan kualitas layanan pelanggan
3. Kepada Idealistina Shop agar mengamati tren yang ada untuk menerapkan strategi pemasaran menggunakan konten yang kreatif dan melakukan *endorse* pada *influencer* yang mempunyai pengaruh besar di media sosial
4. Agar menggunakan fitur *Advertisement* yang ada pada media sosial untuk mencapai target pasar dan meningkatkan *customer*.