

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT Pada Toko Jati Plastik maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Strengths* (Kekuatan) yang dimiliki oleh Toko Jati Plastik adalah Toko tidak memiliki hutang sehingga memiliki sedikit beban, *Net Profit Margin* yang menguntungkan, Komunikasi Pegawai yang terampil, Keramahan pegawai, Deversifikasi Produk, Lokasi yang Strategis, Harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing, dan Ketersediaan Stok yang memadai.
Weaknesses (Kelemahan) yang dimiliki oleh Toko Jati Plastik yaitu *Return On Asset* yang kecil, Jumlah Pegawai kurang memadai, kurang terampil dalam pemahaman tentang produk, Penampilan Pegawai yang kurang menarik, tidak adanya pemasaran secara digital, kurang rapi dalam *Layout* Toko sehingga menyulitkan pegawai dalam mencari produk dan Waktu Antre yang kurang cepat.
2. *Opportunities* (Peluang) yang dapat dimanfaatkan oleh Toko Jati Plastik yaitu peluang Kebijakan KUR untuk menambah modal pengembangan usaha, Pendapatan penduduk di sekitar yang meningkat, Jumlah Penduduk yang padat dan Jumlah UMKM yang menjadi peluang untuk melakukan kemitraan.

Threats (Ancaman) yang dihadapi oleh Toko Jati Plastik adalah Kebijakan Pengurangan Penggunaan Plastik, Kenaikan Tingkat Inflasi, Perkembangan Teknologi *QRIS*, Perkembangan Pengguna Tiktok dan Perkembangan Pengguna *E-Commerce* yang jika tidak di antisipasi Toko Jati Plastik akan kalah saing yang menyebabkan penurunan volume penjualan.

3. Alternatif Strategi yang dapat dilakukan oleh Toko Jati Plastik yaitu Strategi *Strengths-Opportunities*, Strategi *Weaknesses-Opportunities*, Strategi *Strengths-Threats* dan Strategi *Weaknesses-Threats*. Dari hasil perhitungan bobot dan rating letak Toko jati Plastik berada pada Kuadran I yaitu strategi agresif dimana alternatif strategi yang berada di kuadran tersebut adalah strategi *Strengths-Opportunities* dengan prioritas utama berdasarkan perhitungan QSPM yaitu Kemitraan Produk dengan UMKM Lokal dengan Memanfaatkan ragam produk dan menjamin ketersediaan stok untuk menjalin kerjasama dengan pelaku UMKM sekitar, Kedua Penawaran Harga Bersaing bagi Pelanggan dengan mencari pemasok dengan harga murah sehingga dapat menawarkan harga kompetitif untuk menarik pelanggan dengan daya beli menengah, ketiga yaitu Pemanfaatan pangsa pasar dengan pendapatan tinggi dengan Memanfaatkan keramahan dan keterampilan komunikasi pegawai untuk menyasar pelanggan dengan pendapatan tinggi untuk membeli produk kualitas tinggi, dan yang terakhir yaitu Optimasi Lokasi dengan Memanfaatkan lokasi strategis untuk menjangkau populasi sekitar melalui Google Maps

4. Upaya-Upaya yang perlu dilakukan oleh Toko Jati Plastik untuk pengembangan usaha yaitu membangun kemitraan dengan UMKM lokal karena mampu memberikan manfaat jangka panjang melalui perluasan pelanggan dan keuntungan kolaborasi. Strategi berikutnya adalah menawarkan harga bersaing, memanfaatkan pangsa pasar dengan pendapatan tinggi, serta mengoptimalkan lokasi strategis agar toko lebih mudah menarik dan mempertahankan pelanggan.

5.2 Saran-saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk Peneliti selanjutnya sebaiknya tidak hanya berfokus pada analisis SWOT, tetapi juga mempertimbangkan penggunaan model SOSTAC (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control) agar perencanaan strategi dapat dilakukan dengan lebih terarah dan terukur. Melalui model ini, peneliti dapat memahami kondisi usaha secara lebih mendalam, menetapkan tujuan yang spesifik, serta menyusun strategi dan langkah taktis yang realistik disertai dengan sistem evaluasi yang jelas. Pendekatan SOSTAC juga membantu menghasilkan strategi pemasaran yang lebih praktis, aplikatif, dan mudah diterapkan oleh pelaku usaha di lapangan

2. Bagi Pengembangan Ilmu Manajemen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya pada bidang strategi pengembangan bisnis. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi

akademik untuk memahami hubungan antara strategi dengan pengembangan bisnis. Selain itu penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai strategi pengembangan bisnis berdasarkan permintaan pasar.

3. Optimalisasi Pemasaran Digital dan Layanan

Toko Jati Plastik perlu memaksimalkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business untuk menampilkan katalog produk serta promosi musiman. Kehadiran di *E-Commerce* juga akan memperluas pasar di luar wilayah Paseh Kaler. Selain itu, penyediaan metode pembayaran digital seperti *QRIS* akan mempercepat transaksi dan memberi kenyamanan bagi pelanggan. Dengan kombinasi promosi digital dan layanan yang cepat, toko dapat lebih mudah bersaing di era belanja online.

4. Pengembangan SDM dan Tata Kelola Toko

Dalam pengelolaan ritel kecil dengan pelayanan penuh oleh pegawai, peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan melalui pelatihan singkat sebelum operasional untuk melatih komunikasi, penguasaan produk, dan etika pelayanan. Penampilan karyawan cukup dijaga sederhana namun profesional dengan pakaian bersih, tanda pengenal, dan kerapian diri. Produk sebaiknya ditata secara strategis agar mudah diakses pegawai, sementara pencatatan transaksi dan stok dapat menggunakan aplikasi kasir berbasis telepon pintar atau buku catatan sebagai alternatif.

5. Diversifikasi Produk dan Kolaborasi dengan UMKM

Untuk menyesuaikan tren pasar, Toko Jati Plastik dapat menambah produk ramah lingkungan seperti kantong kertas atau tas kain, sekaligus memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui promo loyalitas atau grup WhatsApp khusus informasi promo. Di sisi lain, kolaborasi dengan UMKM sekitar juga penting, misalnya menyediakan paket kebutuhan usaha kecil atau menitipkan produk lokal di toko, sehingga tercipta ekosistem bisnis yang saling menguntungkan.