

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil dari analisis pada penelitian ini, yang didapat melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berkaitan dengan penerapan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan omset penjualan Zasfa Grosir, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil dari analisis SWOT Zasfa Grosir dapat diketahui faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal yang dimiliki oleh usaha ini yaitu, faktor internal Zasfa grosir meliputi kekuatan dan kelemahan. Kekuatan yang dimiliki yaitu jenis barang yang dijual beragam, harga yang murah, modal usaha yang cukup, fasilitas operasional yang memadai, lokasi yang strategis, sumber daya manusia yang memadai sebanyak 15 orang, memiliki aplikasi khusus dan pelayanan yang baik. Adapun kelemahan yang dimiliki yaitu tidak menggunakan marketplace, kurang aktif melakukan promosi *offline*, dan tidak memiliki toko khusus untuk memajang barang yang dijualnya.

Faktor eksternal dari Zasfa Grosir yaitu meliputi peluang dan ancaman. Adapun peluang yang dimiliki yaitu memiliki *reseller* lebih dari 1.500 orang, hubungan yang baik dengan produsen, adanya kegiatan atau festival tertentu seperti bazar ataupun *car free day*, serta perkembangan teknologi yang semakin canggih. Ancaman yang dimiliki oleh usaha ini yaitu banyaknya pesaing dengan line bisnis yang sama, keterbatasan

stock barang, dan kondisi ekonomi dan minat masyarakat yang tidak stabil.

2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Zasfa Grosir untuk meningkatkan omset penjualannya melalui bauran pemasaran 4P. adapun strategi-strategi tersebut yaitu strategi produk dengan lebih konsisten dalam menyediakan jenis barang-barang yang dijualnya, tetap mengutamakan kualitas barang yang dijualnya, serta membangun kepercayaan serta hubungan yang lebih baik dengan pemasok. Yang kedua yaitu strategi tempat, dengan membuat store khusus untuk memajang barang-barang yang dijual serta sebagai tempat transaksi jual beli secara langsung. Ketiga yaitu strategi harga, dengan mempertahankan nilai jual sesuai pasaran tanpa harus menurunkan harga lagi dikarenakan pengaruh promosi store lain, dan membentuk hubungan baik dengan pemasok sehingga dapat memperhatikan nilai beli barang yang murah, atau bahkan mampu mendapatkan harga yang lebih murah lagi. Strategi yang terakhir yaitu strategi promosi dengan membentuk tim marketing yang memegang tanggung jawab setiap media yang digunakan, mengikuti program pelatihan maupun seminar mengenai digital marketing, mengikuti kegiatan atau festival tertentu seperti bazar maupun CFD, dan memberikan pelayanan tambahan yaitu antar pesanan ke konsumen secara langsung dengan jasa kirim yang dilakukan oleh tim. Dengan dilakukannya strategi tersebut dapat membantu Zasfa Grosir dalam meningkatkan omset penjualannya.

A. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti akan menyampaikan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai masukan kepada semua pihak, adapun saran tersebut sebagai berikut :

1. Akademik

Peneliti berharap dari hasil penelitian yang telah dilakukan ini dapat memberi manfaat dan dapat digunakan sebagai bahan rujukan selain dari jurnal maupun buku.

2. Zasfa Grosir

Peneliti berharap agar usaha ini dapat semaksimal mungkin untuk memanfaatkan kelebihan yang dimiliki untuk meminimalisir kelemahan dan merebut peluang yang ada, dan lebih mengembangkan pemasaran secara *online* maupun *offline*.

3. Penelitian selanjutnya

Peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat lebih menyempurnakan penelitian ini, sehingga tidak hanya strategi pemasaran, melainkan gaya kepemimpinan, budaya organisasi, maupun lainnya.