BAB VI
KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dan pembahasan maka dapat disimpulkan hasil-hasil penelitian sebagai berikut :

1. Strategi Bauran Pemasaran Pada Toko Khoyir Tulungagung

Strategi produk yang dilakukan yaitu dengan cara memberikan produk yang berkualitas baik, serta tetap menjaga *quality control* disetiap produk yang dijual. Begitupun dengan strategi harga yang diterapkan yaitu dengan memberikan harga yang sebanding dan dengan harga yang kompetitif. Dari harga juga ditetapkan dengan mempertimgkankan seperti ongkos kirim. Adapun strategi promosi yang digunakan oleh Toko Khoyir Tulungagung adalah menggunakan promosi lewat media sosial. Media sosial menjadi media utama dalam mempromosikan produknya diantaranya dengan menggunakan media Instagram. Pada strategi distribusi ataupun tempat, Toko Khoyir Tulungagung strategis, letaknya ada diantara pusat kota juga dekat dengan tempat sekolah para anak-anak yang menjadikan tempat itu strategis. Sedangkan proses dalam penyaluran barang yang ada di Toko Khoyir Tulungagung dengan melewati berbagai banyak distributor yang mempercayakan produknya dijual oleh Toko Khoyir Tulungagung.

Strategi berupa bukti fisik dari Toko Khoyir Tulungagung terletak pada setiap produk yang dijual, dan sudah tertera labelnya. Setiap

tahunnya Toko Khoyir Tulungagung merekrut karyawan yang benar-benar mau membantu dalam bekerja dan benar-benar mempunyai tekad dalam bekerja. Hal ini menjadi strategi penerapan sumber daya manusia atau strategi *people* dalam bauran pemasaran. Adapun ketertarikan, Toko Khoyir Tulungagung sering meng-*up date* produk terbaru dan selalu meng *upgrade* sesuai kebutuhan konsumen yang selalu berubah dari waktu ke waktu. Dalam menjalin mitra, Toko Khoyiir mempunyai lenih dari 50 supplier untuk semua produk yang dijual. Ada 10 supplier untuk aksesoris dan sisanya untuk produk yang lainnya

2. Startegi Bauran Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah analisis yang menggabungkan dua factor yaitu faktor Internal dan faktor Eksternal dari sebuah perusahaan. Hasil dari analisis SWOT pada Toko Khoyir Tulungagung kedua matrik dari IFAS dan EFAS menunjukkan bahwasanya strategi SO yang memiliki nilai tertinggi diantara strategi ST, WO, WT dan SW serta dapat diketahu bahwasanya posisi dari Toko Khoyir Tulungagung menduduki pada kuadran 1 dengan menerapkan strategi agresif. Pada posisi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi Toko Khoyir Tulungagung, dimana mempunyai peluang dan kekuatan yang besar dalam pemanfaatannya. Ada beberapa hal yang menjadikan kendala bagi Toko Khoyir Tulungagung yaitu adalah banyaknya pesaing, adanya

orang yang menjatuhkan produk, serta perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Penerapan strategi yang dilakukan oleh Toko Khoyir Tulungagung yakni dengan Bauran pemasaran. Adapun analisis SWOT sebagai media analisa mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi internal perusahaan. Serta analisa mengenai ancaman dan peluang yang harus dihadapi perudahaan yang dilakuka melalui telaah terhadap eksternal perusahaan. Dan kesimpulan menurut hasil penelitian, melalui bauran pemasaran yang diterapkan, Toko Khoyir Tulungagung berada dalam kuadran 1, dimana mempunyai peluang dan kekuatan yang besar dalam pemanfaatannya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian maka peneliti menyarankan sebagai berikut :

1.) Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu, serta memperkaya perbendaharaan kepustakaan IAIN Tulungagung khususnya mengenai startegi bauran pemasaran *product, price, place, promotion, physical evidence, people*, proses, *passion*, mitra dengan menggunakan alat analisis SWOT.

2.) Bagi Toko Khoyir Tulungagung

Penelitian ini diharapkan berguna bagi perusahaan sebagai sumbangan saran, pemikiran, informasi serta bahan masukan untuk strategi pemasaran yang lebi baik lagi khususnya mengenai bukti fisik agar dapat lebih menarik konsumen.

3.) Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT untuk menyempurnakan hasil penelitian yang sudah peneliti tulis.