

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Brother Perfume merupakan usaha parfum refill dan kemasan yang telah berdiri sejak tahun 2012 dan telah memiliki 3 cabang saat ini di Jalan Ploso, Surabaya, di Ampel, Surabaya dan di Malang.
2. Hasil penelitian yang bertumpu pada bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, and Promotion*) pada Brother Perfume yakni produk yang dijual berupa parfum refill dan kemasan yang berorientasi pada kualitas. Harga produk relatif lebih mahal dibandingkan para pesaing karena bahan baku yang digunakan memiliki kualitas yang baik. Brother Perfume memiliki 3 toko yakni 2 di Surabaya dan 1 di Malang. Pemilihan tempat strategis menurut Brother Perfume ditentukan dari beberapa kriteria. Serta promosi yang dilakukan Brother Perfume melalui media cetak, media elektronik (internet) dan memperluas jaringan relasi antar bisnis maupun reseller.
3. Melalui analisis dengan menggunakan IFAS memiliki total nilai kekuatan yakni sebesar 1,81 dan kelemahan sebesar 0,86. Dan hasil analisis EFAS memiliki total nilai peluang sebesar 1,70 sedangkan ancaman sebesar 0,85
4. Hasil diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa Brother Perfume berada pada kuadran 1 (satu) bahwa dimana situasi sangat baik karena ada kekuatan dan peluang yang menguntungkan. Untuk itu digunakan strategi 1 atau strategi agresif yakni pengembangan usaha.

5. Hasil dari rumusan strategi matrik SWOT Brother Perfume dominan pada strategi SO karena memiliki nilai paling tinggi yakni 3,51. Adapun strategi tersebut yakni
 - a. Brother Parfume dapat lebih aktif melakukan promosi terhadap produknya
 - b. Brother Perfume dapat menciptakan inovasi terbaru dan menambah variasi produk
 - c. Dengan berbagai jaringan yang dimiliki owner dalam mengembangkan produk Brother Perfume harus menjaga kualitas produk serta pelayanan agar menciptakan hubungan jangka panjang

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan, adapun saran yang dapat diberikan penulis yakni sebagai berikut :

1. Menerapkan Strategi Agresif untuk dapat memasuki peluang sebanyak-banyaknya yakni dengan meningkatkan promosi lebih luas serta meningkatkan kualitas produk maupun jasa yang diberikan kepada konsumen serta menjaga setiap hubungan antar konsumen maupun supplier agar kegiatan operasional terus berjalan dan semakin mengalami peningkatan
2. Brother Perfume dapat meningkatkan pemasarannya tidak hanya berfokus pada instagram, shopee dan tokopedia namun juga menjadi mitra beberapa toko online yang lebih luas seperti alibaba, amazon, dan sebagainya
3. Brother Perfume harus memberikan pelatihan khusus terhadap pegawai agar kinerja meningkat dan menghasilkan keteraturan dalam sistem manajemen
4. Brother Perfume hendaknya mulai memikirkan perihal hak cipta produk mengingat banyak reseller yang menjual kembali produk, karena hal tersebut dapat memicu munculnya manipulasi produk.