

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Apotek Aditara 2 Surabaya, maka kesimpulan dari peneliti ialah sebagai berikut:

Hasil rumusan strategi SWOT pada Apotek Aditara 2 Surabaya adalah strategi SO karena memiliki nilai tertinggi. Strategi SO mendukung pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Dalam hal ini, strategi pemasaran terbaik yang dapat dilakukan Apotek Aditara 2 sesuai dengan strategi pada tahap pertumbuhan (*growth*) diantaranya adalah mempertahankan penyediaan produk yang lengkap dan bervariasi agar pasien mendapatkan pelayanan yang optimal dan apotek dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mempertahankan dan selalu menjaga kebersihan dan kerapian apotek agar menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman bagi pasien, mempertahankan penyediaan cek gula darah, tensi, kolesterol, dan lain-lain untuk dapat memberikan layanan kesehatan yang holistik kepada pelanggan dan dapat menjadi sumber informasi dan dukungan yang lebih komprehensif dalam perawatan kesehatan, mempertahankan pemberian layanan yang baik dan ramah kepada pasien agar apotek dapat memperkuat loyalitas pelanggan, menciptakan reputasi yang baik, dan memberikan nilai tambah dalam pelayanan kesehatan. Dan yang terakhir, menjalin kerja sama dengan puskesmas dan tempat praktek

dokter terdekat agar dapat memperluas akses pelanggan ke layanan kesehatan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, berikut merupakan beberapa saran yang dianggap relevan dengan hasil dan temuan penelitian:

- 1) Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi landasan lebih lanjut terkait analisis strategi pemasaran pada suatu usaha. Peneliti mengharapkan perbaikan dan penambahan teknik kepada peneliti berikutnya untuk meningkatkan akurasi dan efektivitas analisis. Selain itu, peneliti berharap agar penelitian di masa depan dapat lebih memperdalam pemahaman tentang bagaimana integrasi strategi pemasaran dengan dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif terhadap dinamika pasar. Dengan demikian, pengembangan strategi pemasaran yang berkelanjutan dan adaptif dapat menjadi lebih terarah dan efektif dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha yang cepat dan kompleks.
- 2) Bagi Peneliti, dengan mendalami pemahaman teori yang telah dipelajari dalam konteks kondisi lapangan yang ada, peneliti dapat meraih pemahaman yang lebih mendalam tentang keterkaitan antara konsep teoritis dan praktik lapangan. Integrasi pengetahuan teoritis dengan pemahaman langsung dari situasi lapangan dapat memperkaya analisis penelitian, meningkatkan kualitas hasil penelitian, dan memberikan kontribusi berharga kepada literatur akademis.

- 3) Bagi Perusahaan, penelitian ini dapat mengoptimalkan promosi melalui platform digital agar dapat menjangkau pasar lebih luas dan memudahkan dalam pencarian produk misalnya seperti melakukan penjualan produk pada aplikasi Halodoc atau memanfaatkan fitur Go-Medicine di aplikasi Go-Jek. Selanjutnya, Apotek Aditara 2 Surabaya juga dapat menjalin kemitraan dengan pemasok untuk mendapatkan harga lebih murah agar dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang ada.
- 4) Bagi Pihak Lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian di masa depan, terutama tentang pengembangan bisnis yang berkaitan dengan strategi pemasaran. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari penelitian ini, diharapkan dapat dikembangkan metode yang lebih inovatif dan efisien untuk membangun strategi pemasaran yang dapat meningkatkan omzet penjualan dalam berbagai segmen pasar.