

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil oleh peneliti berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan di online shop online shop ‘*Queenstreet*’ adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan yaitu dengan menggunakan bauran pemasara 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*). Online shop ‘*Queenstreet*’ memiliki produk dalam bidang fashion pakaian khusus perempuan remaja hingga dewasa mulai dari baju atasan, baju luaran, bawahan baik pakaian untuk berhijab maupun non hijab dengan berbagai model yang kekinian serta dilengkapi dengan banyak varian warna dan size yang lengkap. Harga yang ditawarkan yaitu harga yang relative terjangkau dan telah disesuaikan dengan kualitas produk yang dimiliki. Tempat distribusi atau sistem penjualan dilakukan dengan dua cara yaitu secara online dan secara offline, dengan berbelanja online konsumen dapat menghubungi langsung admin melalui *whatsapp*, sedangkan untuk offline toko terdapat pada lokasi yang cukup strategis sehingga mudah diakses oleh konsumen dan memiliki tempat yang nyaman dengan dilengkapi oleh fasilitas yang ada.. Promosi yang dilakukan yaitu dengan memfokuskan pada media sosial Instagram dengan mengunggah konten yang kreatif dan menarik perhatian konsumen serta memanfaatkan

dengan maximal fitur-fitur yang ada di Instagram itu sendiri untuk kegiatan promosinya.

2. Melalui analisis IFAS dan EFAS dapat diketahui bahwa Online Shop '*Queenstreet*' memiliki skor kekuatan sebesar 1,98 skor kelemahan sebesar 0,66 skor peluang sebesar 1,81 dan skor ancaman sebesar 0,82 . Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS serta diagram Analisis SWOT yang menunjukkan hasil tepat pada kuadran I (satu), dapat diketahui kuadran ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan. Online shop '*Queenstreet*' memiliki peluang dan kekuatan lebih besar sehingga dapat mengerahkan faktor internal untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang digunakan dalam kondisi ini adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh peneliti kepada Online shop '*Queenstreet*' untuk meningkatkan penjualan, sebagai berikut :

1. Sebaiknya lebih memperluas pangsa pasar khususnya diluar kota Surabaya dengan memaksimalkan kegiatan promosi di media sosial Instagram dengan tetap menggunakan konten foto dan video kreatif. Serta melakukan inovasi terbaru seperti melakukan kolaborasi foto produk dengan brand fashion yang lain contohnya dengan fashion makeup ataupun aksesoris yang lain guna menarik perhatian konsumen..

2. Lebih memfokuskan pemasaran dan menambah cabang toko diluar Surabaya agar semakin banyak masyarakat luas yang mengetahui keberadaan *'Queenstreet'*
3. Merekrut atau menambah karyawan yang difokuskan sebagai model di *'Queenstreet'* sehingga dapat meminimalkan pengeluaran perusahaan.
4. Sebaiknya memperluas toko offline baik toko pusat maupun toko cabang, serta menambah *fitting room* di setiap tokonya agar konsumen tidak mengantri atau menunggu lama dengan konsumen lain yang akan mencoba pakaiannya sehingga konsumen selalu merasa nyaman saat berada di *'Queenstreet'*.
5. Mempertahankan kualitas produk dengan dilengkapi dengan banyak varian warna, model dan size yang lengkap, serta tetap mempertahankan harga yang terjangkau dan telah disesuaikan dengan kualitas produknya agar konsumen tetap memilih produk *'Queenstreet'* dibandingkan produk pakaian merek lain (merek luar negeri)