

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan selama beberapa waktu di Sumber Agung Fashion Tulungagung, peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Sumber Agung Fashion menggunakan bauran pemasaran 4P yaitu untuk *product* (produk) menawarkan dan menerima berbagai jenis seragam baik berupa, almamater, seragam sekolah, dan lainnya. Harga (*price*) selalu menyeleksi penawaran harga bahan baku yang lebih rendah tetapi dengan kualitas yang baik dengan para relasi, sehingga dapat dijual dengan harga yang cukup rendah. Promosi (*promotion*) melalui mulut ke mulut dengan kualitas pelayanan yang baik dan belum memanfaatkan teknologi dengan maksimal. Tempat (*place*) kegiatan produksi masih dilakukan di rumah pribadi pemilik ataupun rumah karyawan (penjahit) Sumber Agung Fashion dan pendistribusiannya langsung dilakukan oleh pihak Sumber Agung Fashion.
- 2) Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, Sumber Agung Fashion memiliki skor kekuatan 2,36, kelemahan 0,74, peluang 1,58 dan ancaman 1,18.

- 3) Hasil Analisis SWOT menunjukkan bahwa Sumber Agung Fashion berada pada Kuadran I yang mendukung strategi agresif dengan menggunakan kekuatan dengan optimal untuk menghasilkan peluang.

5.2 Saran

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Sumber Agung Fashion memiliki kelemahan dan ancaman yang cukup besar di era pemasaran modern ini, karena belum menggunakan *e-commerce* ataupun *marketplace* dalam melakukan kegiatan pemasarannya, sedangkan para pesaing bisnis seupa sudah banyak yang menggunakan media tersebut. Selain itu, pada matrik SWOT juga dapat dilihat bahwa strategi yang tepat digunakan oleh Sumber Agung Fashion Kabupaten Tulungagung agar dapat bersaing di era pemasaran modern ini adalah dengan menggunakan strategi SO, yaitu sebagai berikut:

- 1) Menjaga hubungan baik dengan konsumen. Hal tersebut dapat dilakukan dengan selalu memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen serta selalu meminta *feedback* ataupun saran kepada konsumen terhadap kualitas produk ataupun pelayanan Sumber Agung Fashion.
- 2) Mempertahankan kualitas produk serta pelayanan kepada konsumen Sumber Agung Fashion di Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menerima kritikan ataupun saran dari konsumen serta rutin melakukan pengecekan kualitas bahan baku dan juga produk sebelum sampai di tangan konsumen

agar konsumen puas dengan produk ataupun pelayanan yang diberikan.

- 3) Memperluas target pasar ke kota-kota lain serta menggunakan teknologi (*e-commerce*) sebagai salah satu media pemasaran. Memperluas target pasar tidak hanya pada kota Sidoarjo, Blitar ataupun Tulungagung saja, tetapi juga mencari relasi untuk memasarkan produk di kota-kota lain seperti Malang, Banyuwangi dan lainnya. Dengan begitu, Sumber Agung Fashion akan tetap bertahan dalam persaingan bisnis yang meningkat seiring dengan berkembangnya pemasaran melalui *e-commerce*.