

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Tebal.Id Surabaya melibatkan berbagai aspek dalam bauran pemasaran (4P), yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Produk yang ditawarkan beragam dan memiliki kualitas yang baik meskipun dijual dengan harga lebih rendah dibandingkan produk baru. Harga yang kompetitif, serta adanya berbagai promo menarik seperti diskon pada tanggal tertentu, hari-hari besar, dan cuci gudang, turut meningkatkan daya tarik toko ini. Dari sisi tempat, toko memiliki ruang yang luas dengan dua lantai, sehingga memberikan kenyamanan bagi pelanggan saat berbelanja.
2. Selain itu, strategi promosi yang diterapkan sangat berperan dalam menarik perhatian pelanggan. Tebal.Id Surabaya memanfaatkan *platform* media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk menyebarkan informasi mengenai produk dan promo yang sedang berlangsung. Melalui strategi pemasaran digital ini, Tebal.Id berhasil menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Selain media sosial, Tebal.Id juga berpartisipasi dalam berbagai *event thrifting* untuk memperluas jangkauan pasarnya.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi strategi pemasaran yang tepat mampu meningkatkan loyalitas pelanggan serta menarik pelanggan baru. Faktor harga yang terjangkau, promosi yang menarik, serta pelayanan yang ramah dan sigap dari karyawan menjadi keunggulan utama yang membedakan Tebal.Id Surabaya dari *thrift shop* lainnya. Penerapan strategi pemasaran yang efektif tidak hanya meningkatkan jumlah pelanggan, tetapi juga berdampak signifikan pada pertumbuhan pendapatan toko. Hal ini terbukti dari peningkatan penjualan Tebal.Id Surabaya dari yang hanya mencapai kisaran Rp 300.000.000 – Rp 450.000.000 pada bulan April 2024 – September 2024, namun pada bulan Februari 2025 mampu mencapai Rp130.000.000, bahkan berpotensi lebih tinggi saat terdapat promo besar atau momen tertentu.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian ini, maka saran yang diberikan peneliti terhadap Tebal.Id Surabaya sebagai berikut:

1. Untuk terus mempertahankan serta mengembangkan strategi promosi yang telah diterapkan guna memastikan daya tarik toko tetap kuat di tengah persaingan industri *thrift fashion*. Strategi promosi yang telah berjalan, seperti diskon berkala, promo tanggal cantik perlu dipertahankan karena telah terbukti efektif dalam menarik minat pelanggan.
2. Tebal.Id Surabaya dapat meningkatkan efektivitas promosi dengan menambahkan inovasi baru, seperti penggunaan iklan berbayar (*ads*) di media sosial untuk memperluas jangkauan target pasar.