

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis SWOT pada Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Kepuasan *Tenant* di Lippo Plaza Batu, dapat disimpulkan bahwa strategi bauran pemasaran (4P) yang diterapkan oleh manajemen Lippo Plaza Batu telah mendukung peningkatan kepuasan *tenant* melalui penyediaan fasilitas dan layanan yang memadai, lokasi yang strategis, kebijakan harga yang kompetitif, serta berbagai program promosi. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan, seperti pemerataan promosi antar *tenant* yang belum optimal dan perbedaan tingkat kunjungan pada hari kerja dan akhir pekan.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Lippo Plaza Batu memiliki kekuatan internal dan peluang eksternal yang lebih besar dibandingkan kelemahan dan ancamannya. Berdasarkan perhitungan Matriks IFAS dan EFAS, diperoleh koordinat (0,24 : 0,54) yang menempatkan Lippo Plaza Batu pada Kuadran I (*Strength - Opportunity*). Posisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan berada pada kondisi yang mendukung penerapan strategi pertumbuhan (*growth oriented strategy*) dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang yang tersedia.

Dengan demikian, strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan *tenant* adalah memperkuat kolaborasi promosi dengan *tenant*, mengoptimalkan pemasaran digital, memperluas kerja sama dengan sektor pariwisata dan

komunitas, serta meningkatkan kualitas komunikasi dan pelayanan *tenant relation* sehingga hubungan kerja sama antara manajemen dan *tenant* dapat semakin baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Lippo Plaza Batu

Manajemen disarankan mempertahankan kekuatan yang dimiliki serta meningkatkan pemerataan program promosi kepada seluruh *tenant*, memperkuat strategi pemasaran digital, memperbanyak kegiatan yang dapat meningkatkan kunjungan pada hari kerja, dan melakukan evaluasi kepuasan *tenant* secara berkala sebagai dasar perbaikan pelayanan.

2. Bagi *Tenant*

Tenant diharapkan dapat meningkatkan partisipasi dalam setiap program promosi yang diselenggarakan oleh manajemen, aktif memberikan masukan terhadap program pemasaran, serta memanfaatkan media digital untuk mendukung promosi usaha sehingga sinergi antara manajemen dan *tenant* dapat berjalan lebih optimal.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada analisis SWOT dan bauran pemasaran 4P dalam meningkatkan kepuasan *tenant* di Lippo Plaza Batu. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menggunakan pendekatan lain, seperti bauran

pemasaran 7P, kualitas layanan, *relationship marketing*, *customer relationship management* (CRM), atau menggunakan metode kuantitatif maupun *mixed methods* sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dan dapat dibandingkan antar pusat perbelanjaan.