

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk membantu XYZ Keramik merumuskan strategi pemasaran yang lebih terarah di tengah penurunan penjualan dan persaingan toko keramik di wilayah Pamulang. Pendekatan yang digunakan meliputi analisis bauran pemasaran 7P untuk menggambarkan kondisi pemasaran saat ini, analisis SWOT melalui matriks IFE dan EFE untuk mengetahui posisi perusahaan, serta metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) untuk menentukan prioritas strategi pemasaran. Berdasarkan hasil analisis pada Bab IV, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Strategi pemasaran XYZ Keramik berdasarkan bauran pemasaran 7P menunjukkan kekuatan utama pada aspek layanan, namun masih memiliki kelemahan pada promosi dan penyajian informasi harga. Dari sisi produk, XYZ Keramik memiliki keunggulan berupa garansi serta variasi produk yang cukup beragam. Dari sisi harga, perusahaan dinilai telah sesuai dengan kualitas produk, namun masih terdapat kendala seperti label harga yang belum seragam dan kurang jelas, keterbatasan opsi pembayaran bertahap, serta persepsi keterjangkauan harga pada sebagian pelanggan. Dari sisi tempat, lokasi toko relatif mudah dijangkau dan didukung oleh layanan pengiriman sebagai nilai tambah. Pada aspek promosi, kegiatan pemasaran masih didominasi promosi dari mulut ke mulut dan promo rutin, sementara pemanfaatan media digital dan iklan belum optimal. Dari sisi sumber daya manusia dan proses, perusahaan unggul dalam pengetahuan produk, keramahan karyawan, kemampuan konsultasi, serta ketepatan waktu pengiriman. Sementara itu, dari sisi bukti fisik, tampilan dan visibilitas toko sudah cukup baik, namun perlu ditingkatkan terutama dalam penyajian informasi produk dan harga agar lebih rapi dan meyakinkan. Secara keseluruhan, XYZ Keramik memiliki modal layanan yang kuat, namun perlu meningkatkan aspek promosi dan transparansi harga untuk mempermudah keputusan pembelian pelanggan.

2. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa kondisi internal XYZ Keramik berada pada kategori sangat kuat dengan skor IFE 3,024, sedangkan kondisi eksternal berada pada kategori sedang dengan skor EFE 2,766. Berdasarkan kedua skor tersebut, pemetaan pada Matriks Internal - Eksternal menempatkan XYZ Keramik pada sel IV dengan arah tumbuh dan berkembang, sehingga strategi yang disarankan adalah strategi intensif seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk, serta strategi integrasi melalui penguatan rantai pasok dan saluran distribusi agar pertumbuhan usaha lebih berkelanjutan. Selain itu, berdasarkan Matriks SWOT diperoleh sejumlah alternatif strategi yang dikelompokkan ke dalam empat jenis, yaitu SO, WO, ST, dan WT. Strategi SO menekankan pemanfaatan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal, strategi WO memanfaatkan peluang eksternal untuk mengatasi kelemahan internal, strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghadapi ancaman eksternal, sedangkan strategi WT bersifat defensif untuk meminimalkan kelemahan internal sekaligus menghindari ancaman yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan.
3. Hasil analisis *Analytic Hierarchy Process* (AHP) menunjukkan bahwa strategi hasil formulasi SWOT memiliki tingkat prioritas yang berbeda dalam mendukung pencapaian tujuan pemasaran XYZ Keramik. Secara keseluruhan, kelompok strategi SO menjadi yang paling dominan, namun hasil pemeringkatan AHP juga menempatkan strategi dari kelompok WO sebagai bagian dari prioritas utama. Tiga strategi dengan bobot tertinggi yang direkomendasikan untuk difokuskan adalah peningkatan kualitas layanan (SO1), peningkatan profesionalisme karyawan (SO6), serta pencantuman label harga pada setiap produk (WO4). Pemusatan implementasi pada ketiga strategi ini dilakukan karena kontribusinya paling besar terhadap peningkatan pengalaman pelanggan, efisiensi pelayanan, dan kejelasan informasi, sehingga berdampak langsung pada kinerja pemasaran. Sementara itu, strategi lain dalam kelompok SO, WO, ST, dan WT tetap relevan dan dapat dijalankan sebagai strategi pendukung atau tahap lanjutan sesuai dengan dinamika pasar dan kapasitas perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, saran berikut disusun agar dapat memberikan manfaat praktis bagi XYZ Keramik serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

1. Saran bagi XYZ Keramik:

XYZ Keramik disarankan untuk memfokuskan implementasi strategi pada peningkatan kualitas layanan sebagai prioritas utama, dengan standar pelayanan yang jelas mulai dari penyambutan pelanggan, pemberian informasi dan rekomendasi produk, hingga proses transaksi dan pengiriman. Upaya ini perlu didukung oleh peningkatan profesionalisme karyawan melalui pelatihan rutin agar kualitas layanan tetap konsisten dan mampu membangun kepercayaan pelanggan. Selain itu, pencantuman label harga pada setiap produk perlu segera diterapkan guna meningkatkan transparansi, memudahkan pelanggan dalam memilih produk, serta mempercepat proses pembelian. Strategi lain seperti penyusunan katalog produk digital, diskon, garansi, dan penetapan harga kompetitif tetap dapat dijalankan sebagai strategi pendukung sesuai kondisi pasar, dengan tetap menempatkan kualitas layanan sebagai fondasi utama dalam menghadapi persaingan.

2. Saran bagi penelitian selanjutnya:

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan pelanggan guna memahami alasan di balik preferensi serta keputusan pembelian. Selain itu, penelitian bisa bersifat evaluatif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah penerapan strategi tertentu, sehingga dampaknya dapat diukur lebih nyata. Penyusunan dan pengisian kuesioner juga perlu diarahkan dengan lebih jelas agar responden memberikan jawaban yang konsisten dan mencerminkan kondisi lapangan, sehingga hasil analisis menjadi lebih akurat.