

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Dari analisis data yang dilakukan pada penelitian strategi bisnis Toko A. Fauzi dengan pendekatan **SWOT** dan **Value Proposition Canvas (VPC)**, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kekuatan (Strengths) Toko A. Fauzi meliputi harga yang lebih kompetitif dibandingkan pesaing, pelayanan pelanggan yang ramah, variasi produk yang lebih banyak, serta kerja sama dengan pemasok terpercaya untuk menjaga kualitas produk. Faktor-faktor ini mendukung posisi kompetitif toko dalam pasar ritel.
2. Kelemahan (Weaknesses) Toko A. Fauzi mencakup keterbatasan stok saat permintaan tinggi, antrean panjang di kasir saat ramai, kurangnya variasi promosi dan diskon, serta sistem belanja online yang masih memerlukan pengembangan. Hal ini dapat menghambat pertumbuhan bisnis jika tidak segera diatasi.
3. Peluang (Opportunities) yang dapat dimanfaatkan adalah peningkatan kerja sama dengan pemasok baru untuk memperbanyak variasi produk, pemanfaatan media sosial untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan, serta peningkatan layanan pengiriman guna menjangkau lebih banyak pelanggan.
4. Ancaman (Threats) yang perlu diantisipasi meliputi perubahan preferensi pelanggan ke belanja digital, keterbatasan stok akibat kendala rantai pasok, persaingan dengan kompetitor yang menawarkan layanan tambahan seperti

cashback dan program loyalitas, serta kenaikan harga bahan baku yang dapat mempengaruhi daya beli pelanggan.

5. Hasil analisis Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE) menunjukkan bahwa toko memiliki nilai IFE sebesar 3,31, yang menandakan bahwa kekuatan internal cukup dominan dibandingkan kelemahan. Sedangkan nilai EFE sebesar 3,71, yang mengindikasikan bahwa toko mampu dengan baik memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman eksternal.
6. Berdasarkan Diagram SWOT, Toko A. Fauzi berada dalam kategori progresif strategi berorientasi pertumbuhan **Growth-Oriented Strategy** yang berarti toko perlu fokus pada strategi ekspansi, pengembangan layanan, dan peningkatan inovasi dalam sistem operasionalnya. Hal ini berarti Toko A. Fauzi memiliki kekuatan internal yang signifikan serta peluang eksternal yang besar untuk dikembangkan.
7. Value Proposition Canvas pada Toko A. Fauzi menunjukkan bahwa toko ini telah berhasil menciptakan nilai bagi pelanggan melalui produk berkualitas dengan harga terjangkau, layanan pelanggan yang ramah, serta pengalaman belanja yang nyaman. Namun, masih terdapat beberapa kesenjangan yang perlu diperbaiki, seperti keterbatasan stok saat permintaan tinggi, antrean panjang di kasir, minimnya variasi promosi, serta layanan pengiriman yang masih perlu ditingkatkan. Dengan menerapkan strategi perbaikan, seperti penguatan kerja sama dengan pemasok, implementasi sistem pembayaran yang lebih efisien, peningkatan frekuensi promosi, serta pengembangan program loyalitas pelanggan, Toko A. Fauzi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan

daya saing di pasar. Melalui pendekatan ini, toko dapat semakin menyelaraskan antara kebutuhan pelanggan dan solusi yang ditawarkan, sehingga menciptakan proposisi nilai yang lebih kuat dan berkelanjutan.

8. Hubungan antara SWOT dan Value Proposition Canvas menunjukkan bahwa Toko A. Fauzi telah berhasil menciptakan Value Map yang selaras dengan Customer Profile, di mana produk dan layanan yang ditawarkan mampu menjawab kebutuhan pelanggan (Customer Jobs), mengatasi masalah pelanggan (Pain Relievers), dan memberikan manfaat tambahan (Gain Creators).
9. Dengan pendekatan SWOT dan VPC, Toko A. Fauzi memiliki dasar yang kuat untuk meningkatkan daya saingnya melalui optimalisasi layanan, peningkatan strategi pemasaran, dan inovasi dalam sistem bisnisnya guna memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

5.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diterapkan oleh Toko A. Fauzi untuk meningkatkan performa bisnisnya adalah:

1. Toko A. Fauzi perlu melakukan pengembangan sistem operasional dengan mengimplementasikan manajemen inventori yang lebih efisien serta sistem pembayaran digital untuk mengatasi permasalahan keterbatasan stok dan antrean panjang. Selain itu, pengembangan platform belanja online yang terintegrasi juga diperlukan untuk mengikuti tren digitalisasi.
2. Dalam aspek pemasaran, Toko A. Fauzi sebaiknya merancang program loyalitas pelanggan dengan sistem poin dan rewards, mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk promosi, serta memperbanyak variasi

program diskon yang menarik. Penguatan kemitraan juga perlu dilakukan melalui perluasan kerja sama dengan pemasok baru dan penyedia jasa pengiriman untuk menjamin ketersediaan stok dan meningkatkan jangkauan distribusi.

3. Toko A. Fauzi juga direkomendasikan untuk melakukan inovasi layanan melalui pengembangan layanan personalisasi bagi pelanggan loyal dan peningkatan kualitas layanan pengiriman. Pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan berkelanjutan tentang pelayanan pelanggan dan penggunaan teknologi digital juga penting untuk meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan.
4. Terakhir, Toko A. Fauzi perlu melakukan evaluasi dan monitoring secara berkala melalui survei kepuasan pelanggan dan analisis data penjualan untuk memastikan efektivitas implementasi strategi yang telah dirancang. Dengan menerapkan saran-saran tersebut secara sistematis dan konsisten, Toko A. Fauzi diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlanjutan bisnisnya dalam jangka panjang.