

BAB IV

PENUTUP

Pada bab 4 penulis akan menyajikan simpulan atas penelitian pada analisis strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan antar pelaku usaha laundry dan memberikan saran-saran yang bermanfaat dan dapat membangun usaha Fitri laundry kiloan ke depannya terutama dalam hal menghadapi persaingan.

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antar Pelaku Usaha Laundry Pada Fitri laundry kiloan” pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Strategi pemasaran pada Fitri laundry kiloan yakni Segmentasi Pasar (market segmentation atau segmenting), strategi penentuan pasar sasaran (Targeting) ,strategi penentuan posisi pasar (positioning), produk (produk), harga (price),promosi (promotion),distribusi (price).
2. Strategi Pemasaran Fitri Laundry Kiloan Mampu Menghadapi Persaingan yaitu
 - Memberikan pelayanan secara efisien
 - Peran karyawan dalam melayani konsumen
 - Penentuan harga yang ditawarkan oleh Fitri Laundry Kiloan
 - Penggunaan perkembangan teknologi serta inovasi Fitri laundry.
 - Menyesuaikan dengan budaya berkembang Fitri laundry kiloan
 - Memuaskan keluhan pelanggan Fitri laundry kiloan

- Manjakan pelanggan untuk marketing kita
- Berikan reward atas referensi pelanggan Fitri laundry kiloan

3. *Faktor kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), ancaman (treats) Fitri laundry kiloan yaitu* Identifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada Fitri Laundry Kiloan sebagai berikut :

- Kekuatan (Strenght) Fitri Laundry kiloan tetap mengutamakan manajemen yang baik dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan..
- Kelemahan (Weakness) yaitu Fitri Laundry kiloan tidak ada perencanaan secara tersusun.
- Peluang (Opportunity hasil analisis yang peneliti dapatkan dari kemajuan teknologi yang diterapkan oleh Fitri laundry kiloan.
- Ancaman (Treats) yaitu harga para pesaing, banyaknya jasa laundry yang berdekatan, biaya operasional tidak stabil.

B. Impikasi

1. Fitri laundry kiloan tidak mengandalkan kan promosi dalam penggunaan kemajuan teknologi seperti penggunaan Facebook, WhatsApp, Internet, ataupun Media Sosial lainnya yang dikatakan dapat menambah pangsa sekaligus menjadikan usaha promosi tidak dimanfaatkannya dengan maksimal oleh pemilik Fitri Laundry Kiloan. Pemilik lebih mementingkan produksi jasa yang maksimal khususnya menjaga kualitas pelayanan jasa berupa ketepatan waktu dalam penyelesaian, maka sebaiknya fitri laundry kiloan melakukan promosi dimedia sosial maupun secara langsung akan

membuat produk Fitri laundry kiloan lebih dikenal luas oleh masyarakat, mengingat internet saat ini bisa dengan mudah dijangkau oleh semua kalangan

2. Pada penelitian ini di harapkan dapat menemukan teori strategi pemasaran dalam menghadapi pesaing laundry.