

BAB V

PENUTUP

Pada bab penutup ini maka penulis akan membahas kesimpulan yang telah didapatkan dari keseluruhan pembahasan yang telah disajikan pada bab – bab sebelumnya, lalu dilanjutkan dengan pemberian saran yang mungkin bersifat membangun dan diharapkan berguna bagi toko bangunan Ravico dimasa yang akan datang.

5.1 Kesimpulan

1. *Branding Strategy* Toko Bangunan Ravico Ampang yaitu membangun citra merek yang kuat dan menarik pelanggan melalui pelayanan yang baik, diskon, program loyalitas, dan keterlibatan dalam kegiatan komunitas.
2. *Competitive strategy* Toko Bangunan Ravico Ampang ialah pertama, *Strategy market challenger* yaitu Toko Bangunan Ravico Ampang memurahkkan harga untuk menarik konsumen. Kedua, *Strategy market follower* yaitu Toko Bangunan Ravico Ampang melibatkan, mengikuti dan menyesuaikan dengan tren pasar yang sudah ada. ketiga, *Strategy market nicher* yaitu Toko Bangunan Ravico Ampang menjual bahan bangunan ramah lingkungan.
3. Kesimpulan matriks SWOT sebagai berikut: SO, Toko Bangunan Ravico Ampang dapat mengembangkan dan menyediakan produk yang mengikuti tren masa kini. ST, Meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, bukan hanya transaksi beli membeli tetapi hubungan sosial yang baik ke pelanggan. WO, Menata ulang tampilan produk yang dijual secara rapi dan bagus agar dapat menarik perhatian dan menambahkan kepercayaan konsumen untuk membeli produk yang ada. WT, Menerapkan strategi *cost leadership*. Merupakan strategi yang dianggap paling efektif dalm bersaing dengan

menetapkan biaya rendah dalam harga produk akan meningkatkan kemauan pelanggan untuk membeli.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisa competitive strategy toko bangunan Ravico, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk membantu Ravico meningkatkan posisi mereka di pasar dan tetap kompetitif. Berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Saran akademis

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang ada pada tugas akhir ini. Penulis berharap kepada penulis selanjutnya untuk dapat lebih mengkaji dan mempelajari tentang *competitive strategy* ini. Mungkin penulis selanjutnya dapat membuat *competitive strategy* dari umkm lainnya.

2. Saran praktis

Sebaiknya Toko Bangunan Ravico Ampang semakin Berupaya dalam berinovasi, seperti dengan memperbanyak media Pemasaran, melakukan promosi baik *offline* maupun *online*. Seperti promosi di media sosial atau di *platform* periklanan, menyebarkan brosur dan mengikuti pameran toko bangunan. Serta dapat menjual produk secara *online* melalui *e-commerce* yang ada saat ini, seperti Tokopedia, Shopee dan lainnya. Karena dapat memperluas cakupan penjualan hingga nasional maupun internasional.

