

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh dari analisis implementasi strategi pemasaran pada Klinik Herbal NSA Kudus di era digital adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan pada Klinik Herbal NSA Kudus yaitu strategi 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yang meliputi strategi produk berupa pengembangan produk turunan yang unggul dan berkualitas, strategi harga dengan penentuan harga yang sesuai dengan pangsa pasar, strategi distribusi dengan menjangkau pasar di luar kota kudus, dan strategi promosi dengan melakukan periklanan, diskon, dan publisitas.
2. Dalam pelaksanaannya, Klinik Herbal NSA Kudus mempunyai beberapa keunggulan yang mendukung serta kekurangan yang menghambat pelaksanaan pemasarannya. Faktor pendukung yaitu dari produk turunan yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain, jangkauan pasar yang luas, dan beberapa pelayanan khusus pada konsumen. Sedangkan kekurangan dari pelaksanaan pemasarannya ialah masih belum memaksimalkan media digital dalam melakukan pemasaran.
3. Langkah yang dapat diambil untuk pengembangan strategi pemasaran di era digital oleh Klinik Herbal NSA Kudus berdasarkan hasil dari analisis SWOT yaitu strategi WO yang nantinya dapat mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang ada. Adapun strategi yang dihasilkan dalam analisis strategi pemasaran dengan analisis SWOT pada Klinik Herbal NSA Kudus adalah sebagai berikut: strategi SO meliputi menjaga kualitas produk, mengembangkan produk turunan, serta mempromosikan produk dan café herbal melalui media digital, Strategi WO meliputi memanfaatkan teknologi untuk pencatatan dan memaksimalkan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan media digital dan platform jual beli online, strategi ST yaitu mempertahankan prinsip mengutamakan nilai sosial, dan mengembangkan café herbal, strategi WT memaksimalkan pengembangan strategi pemasaran untuk meraih keunggulan bersaing dan hasil pemasaran yang lebih maksimal.

B. Saran

Berdasarkan penelitian mengenai analisis implementasi strategi pemasaran pada Klinik Herbal NSA Kudus di era digital yang telah peneliti uraikan, peneliti merekomendasikan saran pada Klinik Herbal NSA Kudus yaitu berupa sebuah pengembangan strategi pemasaran untuk lebih ke arah digitalisasi khusus pada strategi promosi, sehingga dapat terlaksana lebih maksimal, efektif, dan efisien. Dengan cara ini maka Klinik Herbal NSA Kudus dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki serta meminimalisir kelemahan dan ancamannya serta dengan mengkoordinasi secara bersama guna memaksimalkan pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan dan eksistensi perusahaan. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadi referensi dan dapat memperluas jangkauan penelitian sehingga dapat memperoleh informasi dan gambaran yang lebih lengkap mengenai strategi pemasaran yang diterapkan pada Klinik Herbal NSA Kudus.

