BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Rehan Bakery cabang Semolowaru Surabaya, maka kesimpulan dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan adalah indikator bauran pemasaran 4P. Dalam hal produk (*Product*) memberikan bahan baku roti yang berkualitas. Harga (*Price*) yang ditawarkan relatif mahal namun harga yang dipatok sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan. Tempat (*Place*) lokasi mudah dijangkau. Promosi (*Promotion*) dilakukan dengan menggunakan media cetak berupa brosur dan media sosial, memanfaatkan lokasi usaha yang mudah dijangkau sebagai sarana promosi.
2. Dalam menjalankan bisnisnya, saat ini Rehan Bakery cabang Semolowaru Surabaya memiliki 6 (Enam) faktor lingkungan internal dan 7 (Tujuh) faktor lingkungan eksternal. Pada lingkungan internal, yang menjadi kekuatan utama Rehan Bakery cabang Semolowaru Surabaya yaitu dari segi harga lebih murah, pelayanan yang ramah dan baik, banyaknya varian roti yang tersedia, lokasi yang mudah dijangkau, dan banyak menu pembayaran yang ditawarkan.
3. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan IFAS dan EFAS maka Rehan Bakery mempunyai faktor kekuatan mendapat skor total 2,90, sedangkan faktor kelemahan mendapat skor total 0,39. Ancaman

menerima skor total 0,91, sedangkan Peluang menerima skor total 1,92. Dilihat dari konsekuensi garis SWOT, Toko Roti Rehan berada pada kuadran I dengan nilai (X;Y) (2.51; 1.01), yaitu dengan menggunakan perencanaan yang agresif. Membuat rencana yang membutuhkan kekuatan untuk menjadi peluang adalah strategi yang agresif.

5.2 Saran

Rekomendasi berikut dapat dibuat berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan di Rehan Bakery:

1. Menjaga kualitas produk dengan tetap memberikan rasa roti yang khas.
2. Menawarkan rasa variasi terbaru untuk setiap produk roti agar dapat menarik lebih banyak pelanggan.
3. Menjaga harga tetap rendah agar tetap bisa bersaing dengan rival lama dan baru, baik yang mirip maupun tidak.
4. Salah satu promosi Rehan Bakery adalah bekerjasama dengan pihak lain dan memanfaatkan platform media sosial lainnya, serta menawarkan promosi khusus kepada pelanggan atau konsumen yang setia dengan produknya.
5. Membuka cabang baru di lokasi strategis dan meningkatkan kenyamanan nasabah di titik atau lokasi penjualan untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan berkontribusi dalam peningkatan volume penjualan.