

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian analisis dengan pendekatan-pendekatan, dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini, yaitu :

1. Implementasi faktor-faktor bauran pemasaran pada CV. Citra Kreasindo sebagai salah satu usaha *florist* di Surabaya meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik secara keseluruhan memiliki nilai rata-rata yang termasuk dalam kriteria nilai baik.
2. Nilai total skor IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) adalah 2,98 untuk faktor internal dan nilai total skor EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) adalah 2.73 untuk faktor eksternal menunjukkan bahwa respon CV. Citra Kreasindo berada pada posisi di atas rata-rata. Hal ini mengindikasikan bahwa CV. Citra Kreasindo ini dapat merespon kondisi pasar dengan baik.
3. Perumusan strategi pemasaran alternatif CV. Citra Kreasindo dilakukan melalui tahap pencocokan dengan menggunakan matriks IE, dan SWOT yang menghasilkan beberapa strategi. Kemudian menentukan strategi pemasaran alternatif yang paling sesuai melalui tahap pengambilan keputusan menggunakan matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) yang menunjukkan bahwa alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi CV. Citra Kreasindo adalah Penetrasi Pasar, dimana strategi ini memiliki nilai lebih tinggi daripada alternatif strategi lain.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian formulasi strategi pemasaran yang dilakukan pada CV. Citra Kreasindo, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Implementasi bauran pemasaran CV. Citra Kreasindo secara keseluruhan termasuk dalam kriteria nilai yang baik. Namun menurut pendapat pemilik CV. Citra Kreasindo masih terdapat indikator yang berada dalam kriteria tidak baik. Oleh sebab itu, perlu dilakukan beberapa peningkatan terhadap bauran pemasaran pada usaha ini, yaitu dengan memberikan penawaran diskon pada pembelian produk dalam waktu tertentu, serta meningkatkan promosi melalui website atau alat *e-commerce* lain agar semakin dikenal oleh masyarakat.
2. Disarankan kepada CV. Citra Kreasindo agar dapat melakukan kegiatan penjualan dengan karyawannya usahanya untuk *hold* dan *maintain* serta melihat peluang yang dimiliki agar usahanya dapat bertahan dan berjalan dalam kondisi apapun yang terjadi.
3. Disarankan kepada CV. Citra Kreasindo agar lebih memanfaatkan media sosial sebagai media promosinya, karena mudah dan dapat menjangkau pasar secara lebih luas.