

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi pengembangan Pasar Bunga Kayoon Kota Surabaya diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan mulai dari menggunakan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Strategy), EFAS (External Factor Analysis Strategy), IE (Internal External), SOAR (Strength, Opportunity, Aspiration, Result) hingga QSPM, dapat ditetapkan 7 alternatif strategi pengembangan. Strategi yang mendapatkan prioritas untuk diterapkan terdapat pada strategi nomor 1 dengan skor TAS sebesar 2,7 yaitu memanfaatkan penggunaan media sosial yang dapat meningkatkan jumlah peminat produk melalui beberapa konten serta memberikan informasi detail terhadap produk rangkaian bunga maupun bunga potong yang diperjualkan. Hal ini berdasarkan hasil rating kuesioner dan juga asumsi peneliti yang telah sesuai dengan kondisi lapangan, bahwa strategi ini mencakup hampir dari keseluruhan faktor. Sehingga, pada kolom matriks QSPM Attractive Score yang diberikan untuk strategi ini cukup besar dan banyak. Kemudian untuk skor ter-terendah dimiliki oleh strategi nomor 2 dengan skor TAS 0,66 yaitu Meningkatkan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Namun pada nilai rendah yang dihasilkan pada strategi ini perlu dilakukannya pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Dengan hal ini kepuasan pelanggan akan terjamin sehingga akan terciptanya kelayakan pelanggan.

2. Total biaya Produksi yang dikeluarkan dalam setiap bulannya rata-rata sebesar Rp 35.976.643,. Total biaya produksi ini diperoleh dari total biaya tetap dan juga total biaya variable yang diperoleh masing-masing kios. Total penerimaan yang diterima oleh pelaku usaha pasar bunga kayoon rata-rata sebesar Rp 80.615.178,. Sehingga, didapatkan hasil bahwa pendapatan yang diterima oleh masing-masing kios setiap bulannya rata-rata sebesar Rp 44.638.535,. Hasil analisis kelayakan usaha pada pelaku usaha pasar bunga kayoon bahwa R/C ratio yang didapatkan sebesar 2,44 yang artinya bahwa pedagang bunga di Pasar Bunga Kayoon Kota Surabaya dapat dikatakan layak untuk dikembangkan. Sedangkan untuk B/C diperoleh nilai sebesar 1,24 yang artinya bahwa pelaku usaha dipasar bunga kayoon dikatakan untung sehingga layak dikembangkan.
3. Penggunaan media sosial sebagai media promosi dapat meningkatkan pendapatan. Sebagian besar pemilik kios di Pasar Bunga Kayoon Kota Surabaya sudah sepenuhnya menggunakan media sosial. Akan tetapi, mereka kurang dalam hal pengunggahan konten yang dapat menunjang kegiatan promosi. Hal ini dikarenakan, sebagian besar pemilik kios mengoperasikan sendiri kegiatan promosi dalam penggunaan media sosial. Sehingga, pemilik kios kurang dalam hal pengunggahan konten. Begitupun dengan penggunaan fitur iklan berbayar seperti instagram ads, Google Ads, serta Facebook Ads sebagian besar sudah menggunakan. Akan tetapi mereka kurang memaksimalkan dalam penggunaan fitur iklan tersebut. Sehingga, dapat mempengaruhi besar maupun kecil volume penjualan mereka.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan Pembahasan penelitian yang diperoleh dari data-data di lapangan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Memanfaatkan serta memaksimalkan dalam penggunaan media sosial. Dengan melakukan pembuatan beberapa konten mengenai rangkaian bunga potong maupun bunga potong segar sehingga konsumen dapat mengenal produk-produk yang di tawarkan oleh pedagang di Pasar Bunga Kayoon Kota Surabaya
2. Perlunya melakukan penghitungan pengeluaran maupun pemasukan dengan jelas dan detail agar perhitungan pendapatan yang diterima dapat berjalan dengan baik
3. Perlunya menambah wawasan serta ilmu tentang penggunaan *Adversiting* (iklan) agar jangkauan promosi yang dilakukan lebih luas sehingga daya beli masyarakat juga semakin tinggi.