

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

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

1. Toko Buah Hokky Panglima Sudirman Kota Surabaya telah melakukan bauran pemasaran cukup baik dari sisi produk dan tempat atau distribusi yang dimana:

A. Produk (*Product*)

Produk buah-buahan di Toko Buah Hokky menjual berbagai jenis buah-buahan dan sayur-sayuran yang bervariasi, baik lokal maupun impor. Dengan mengutamakan variasi produk, bertujuan supaya konsumen dapat menemukan produk yang dibutuhkan dengan kualitas yang fresh dan lengkap.

B. Tempat (*Place*)

Toko Buah Hokky sangat strategis karena berada di daerah yang mudah dijangkau oleh transportasi umum yang memadai terletak di Jl. Panglima Sudirman No.32, Embong Kaliasin, Kecamatan Genteng, Kota Surabaya. Lokasi yang strategi merupakan salah satu peluang untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Adapun kekurangan bauran pemasaran

2. Berdasarkan hasil analisis IE matriks, Toko Buah Hokky Panglima Sudirman Kota Surabaya diperoleh angka skor EFE 3,10 dan IFE 2,96 dan berada pada sel II yaitu tumbuh dan membangun (grow dan build). Dengan demikian jenis strategi yang tepat untuk dilaksanakan adalah strategi intensif (penetrasi pasar dan pengembangan pasar) atau strategi (integrasi ke depan, integrasi ke belakang atau integrasi horizontal). Berdasarkan analisis SWOT, alternatif strategi yang dapat diterapkan Toko Buah Hokky Panglima Sudirman Kota Surabaya adalah melakukan evaluasi dan kontnuitas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat pelayanan pasa situs website dan media sosial untuk memaksimalkan pemanfaatan teknologi internat, meningkatkan intensistas promosi untuk

memenuhi permintaan pasar, menjaga kontinuitas produk dengan kualitas yang baik untuk meminimalisir complain dari konsumen sehingga konsumen akan tetap loyal dan tidak beralih ke toko buah lain, dan memperluas jaringan kemitraan supplier di luar daerah Jawa Timur untuk menghindari kelangkaan bahan baku yang diakibatkan iklim, cuaca, dhama dan penyakit tanaman.

3. Berdasarkan penentuan prioritas strategi dengan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), strategi terbaik yang dilakukan oleh Toko Buah Hokky Panglima Sudirman Kota Surabaya adalah meningkatkan promosi untuk memperluas jaringan target pasar.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian formulasi strategi pemasaran yang dilakukan pada Toko Buah Hokky Panglima Sudirman Kota Surabaya, maka saran yang dapat diberikan pada hasil QSPM ditemukan 5 strategi yang telah diformulasikan. Saran kedepan untuk strategi ke-3, ke-4, dan ke-5 adalah :

1. Pada hasil formulasi QSPM strategi ke-3 yaitu pemanfaatan teknologi khusus untuk pemasaran dengan lebih aktif menggunakan media sosial seperti mengupdate produk-produk yang dijual dengan membuat katalog produk serta harga yang ditawarkan. Sehingga calon konsumen dapat mengetahui jenis produk dan harga yang di jual.
2. Pada hasil formulasi QSPM strategi ke-4 yaitu menjaga kualitas produk dengan menerapkan standarisasi prroduk pada buah lokal maupun impor, dengan memberi label halal, penyimpanan dan tempat yang bersih atau steril, dan menambahkan produk substitusi lebih banyak lagi.
3. Pada hasil formulasi QSPM strategi ke-5 yaitu menjaga kontinuitas produk dengan memperbanyak supplier dan menjaga hubungan baik dengan supplier sehingga produk selalu tersedia dan selalu di utamakan dalam pemesanan produk.