

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang mengacu pada tujuan penelitian terhadap strategi pemasaran Jenang Jubung di Kota Gresik, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Implementasi faktor-faktor bauran pemasaran usaha Jenang Jubung sebagai jajanan khas Kota Gresik meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik secara keseluruhan memiliki nilai rata-rata yang termasuk dalam kriteria nilai baik.
2. Nilai total skor berdasarkan matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) untuk faktor internal dan nilai total skor berdasarkan matriks EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*) untuk faktor eksternal menunjukkan bahwa respon usaha Jenang Jubung di Kota Gresik terhadap faktor internal dan eksternal perusahaan berada pada posisi di atas rata-rata. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha ini dapat merespon kondisi pasar dengan baik.
3. Perumusan strategi pemasaran alternatif usaha Jenang Jubung di Kota Gresik dilakukan melalui tahap pencocokan dengan menggunakan matriks IE, SWOT, dan Grand Strategi yang menghasilkan beberapa strategi yaitu strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk, strategi integrasi horizontal dan strategi integrasi ke belakang. 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 usaha Jenang Jubung di kota Gresik adalah penetrasi pasar, dimana nilai

strategi ini lebih tinggi dibandingkan dengan nilai strategi pemasaran alternatif yang lain. Strategi penetrasi pasar (*market penetration*) yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kegiatan promosi usaha jenang jubung melalui media sosial untuk memperluas pangsa pasar, memperluas lahan parkir pada lokasi usaha jenang jubung untuk keamanan dan kenyamanan konsumen, meningkatkan pelayanan pembayaran usaha jenang jubung agar lebih efektif dan efisien serta meningkatkan sarana prasana pada usaha jenang jubung untuk mempertahankan dan menarik minat konsumen.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil dan pembahasan serta kesimpulan dari penelitian ini, maka dapat diajukan saran sebagai berikut :

1. Implementasi bauran pemasaran usaha Jenang Jubung di Kota Gresik secara keseluruhan termasuk dalam kriteria nilai yang baik. Namun menurut pendapat produsen Jenang Jubung pribadi masih terdapat beberapa indikator yang berada dalam kriteria tidak baik. Oleh karena itu, perlu dilakukan beberapa peningkatan terhadap bauran pemasaran pada usaha ini, yaitu dengan memberikan variasi berupa jenis (rasa) dan tampilan baru produk Jenang Jubung, adanya pemberian diskon pada pembelian produk untuk jumlah atau waktu tertentu, mendaftarkan usahanya pada aplikasi penjualan makanan online atau bekerjasama dengan kurir untuk pengiriman produk antar daerah, dan menyediakan pembayaran secara online demi keamanan dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

2. Disarankan kepada para pelaku usaha Jenang Jubung di Kota Gresik agar dapat melakukan koordinasi dengan karyawan usahanya untuk dapat menjaga dan mempertahankan kekuatan dan peluang yang dimiliki agar usaha ini dapat tetap bertahan serta berjalan dalam kondisi apapun.
3. Disarankan kepada para pelaku usaha Jenang Jubung di Kota Gresik agar dapat lebih memanfaatkan media sosial sebagai media promosi, karena mudah dilakukan dan dapat menjangkau pasar secara lebih luas. Selain itu lokasi penjualan hendaknya diberikan perlengkapan sarana prasana yang dapat menunjang kebutuhan konsumen. Namun tidak menutup kemungkinan usaha Jenang Jubung di Kota Gresik juga dapat mengkombinasikan strategi pemasaran alternatif lainnya yang diperoleh dari hasil penilaian matriks QSPM pada penelitian ini. Mengingat kondisi pasar yang dinamis sehingga memungkinkan terjadinya perubahan strategi yang digunakan seiring berjalannya waktu.