BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil oleh peneliti berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan pada UD. Pawon Kue Surabaya adalah sebagai berikut.

- 1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada strategi pemasaran digunakan bauran pemasaran dengan menggunakan indicator 4P yakni Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat) dan Promotion (Promosi), pada UD. Pawon Kue produk yang dijual adalah berbagai kue berkualitas yang juga sebagai oleh-oleh khas Kota Surabaya dengan produk unggulan mereka adalah Almond Crispy. Harga yang ditawarkan bervariasi tergantung pada jenis dan macam produknya. Rumah produksi juga digunakan sebagai tempat penjualan produk unggulan namun UD. Pawon Kue juga mendistribusikan produknya ke banyak mitra usaha seperti pada Supermarket Hero, Smesco Jakarta, Surabaya Patata, Maskapai Citilink serta di berbagai sentra UKM di Surabaya. Promosi dilakukan secara online melalui berbagai media social, website dan aplikasi online dan pemasaran offline dilakukan melalui bazaar, pameran dan acara-acara besar lainnya.
- 2. Melalui analisis dengan menggunakan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) maka UD.

- Pawon Kue memiliki kekuatan sebesar 2,25 kelemahan sebesar 0,56, peluang sebesar 2,01, dan ancaman sebesar 0,58.
- 3. Hasil analisis SWOT dalam diagram analisis SWOT pada UD. Pawon Kue berada pada posisi kuadran I yang mana dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan untuk meningkatkan penjualan adalah strategi agresif. Strategi ini memungkinkan usaha untuk memaksimalkan kekuatan internal yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang yang ada pada lingkungan eksternal usaha. Strategi yang sesuai untuk diterapkan antara lain meningkatkan minat masyarakat, member konsumen pilihan paket bundling dan kupon, meningkatkan jumlah sumber daya manusia, menggunakan media promosi semaksimal mungkin, memberikan bonus pada konsumen serta semakin memperluas mitra usaha.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UD. Pawon Kue, saran yang dapat disampaikan oleh peneliti kepada UD. Pawon Kue untuk menyusun strategi pemasaran yang bertujuan dalam hal meningkatkan penjualan, antara lain:

 Melakukan perluasan pangsa pasar dengan memaksimalkan metode promosi yang dilakukan baik secara online dengan membuat konten visual yang menarik serta secara offline dengan semakin banyak mengikuti setiap bazaar maupun acara besar. Serta sebaiknya melakukan pembangunan toko fisik untuk setiap produk milik UD. Pawon Kue

- sehingga konsumen dapat melihat produk serta mencicipi langsung produk-produk milik Pawon Kue
- 2. Sebaiknya UD. Pawon Kue meningkatkan jumlah sumber daya manusia untuk bidang produksi agar jumlah produksi dapat meningkat sehingga permintaan pasar terpenuhi serta meningkatkan jumlah sumber daya manusia untuk operasional manajemen sehingga manajemen UD. Pawon Kue tidak ditangani oleh satu orang saja sehingga segala hal yang berkaitan dengan manajemen dapat berjalan dengan baik
- 3. Memperkuat hubungan dengan mitra usaha seperti retail-retail dan pusat oleh-oleh di berbagai daerah agar dapat memperluas jaringan penjualan produk serta bekerja sama dengan *reseller-reseller* agar dapat mengembangkan dan memperkenalkan produk ke masyarakat umum