

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti pada UD.

Baqoroh Joyo dan mendapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi keunggulan bersaing UD. Baqoroh Joyo menggunakan Strategi kenggulan biaya yakni strategi yang menekankan pada keunggulan biaya. Melalui kerjasama dengan partner bisnis, Biaya promosi, Harga yang bersaing dengan produk yang dijual ada yang mentah dan ada yang siap minum, Mentah Rp 10.000 /Liter dan Rp. 20.000 / Liter untuk susu yang sudah matang dan siap minum. Harga bervariasi dalam bentuk botol mulai dari 7.000 (250 ml), 10.000 (350 ml), hingga 12.000 (500 ml) harga tersebut tidak dirubah karena dimasa pandemi semua orang mengalami kesulitan dan berada pada posisi survive di masa perekonomian yang menurun. Strategi diferensiasi : diferensiasi produk dengan menginovasikan rasa susu sapi selain original tetapi juga dengan berbagai varian rasa seperti : strawberry, coklat, vanilla, duren, mocca. Diferensiasi pelayanan dengan menyediakan wisata edukasi sapi perah dan yang terakhir ada strategi fokus bahwa target pasar dari peternakan ini adalah masyarakat sekitar (Sidoarjo, Surabaya dan Mojokerto), Cafe dan outlet

minuman, serta perusahaan yang dapat dijadikan sebagai partner bisnis. UD. Baqoroh Joyo tidak melayani diluar Sidoarjo, Surabaya dan Mojokerto.

2. Melalui proses IFAS (*Internal Strategi Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal strategy factor analysis summary*) bahwa UD. Baqoroh Joyo memiliki hasil nilai skor kekuatan sebesar 2,87 kelemahan sebesar 0,28 peluang sebesar 2,63 dan ancaman 0,43. Berdasarkan diagram hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa UD. Baqoroh Joyo berada pada Kuadran I, Pada situasi ini berarti UD. Baqoroh Joyo Perusahaan harus memaksimalkan dan menggunakan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk memperkuat posisi tersebut. Perusahaan akan memaksimalkan kekuatan dan peluang dari internal perusahaan untuk menghadapi kelemahan dan ancaman. Strategi yang harus diterapkan UD. Baqoroh Joyo dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Seperti mempertahankan kualitas produk, strategi penetrasi pasar yakni dengan mencari pangsa pasar yang lebih besar untuk produk susu sapi dapat melalui usaha pemasaran yang lebih gencar dengan meningkatkan promosi melalui media sosial, penawaran produk-produk dan promosi penjualan secara intensif masuk ke lingkungan perusahaan dan mensupply outlet / café yang membutuhkan susu sapi untuk produk olahan yang mereka jual.
3. Berdasarkan hasil kombinasi strategi matriks analisis SWOT UD. Baqoroh Joyo harus menerapkan strategi SO (*Strength Opportunities*) yang dapat

diterapkan perusahaan dalam menunjang strategi keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran diantaranya :

- 1) Mempertahankan kualitas produk dan Meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan menjalin hubungan baik kepada konsumen dan meminta feedback atas pelayanan dan produk yang telah dibeli.
- 2) Memberikan penawaran khusus baik produk/harga bagi customer dan pelanggan. Agar terciptanya loyalitas pelanggan karena perusahaan berusaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui penawaran khusus dalam pemberian harga seperti harga diskon.
- 3) Membuat sebuah konten marketing mengenai produk dan mengulas sekitar lokasi usaha dapat dikenal lebih luas sebagai upaya strategi penetrasi pasar.
- 4) Menjaga dan merawat kandang, dalam upaya mendukung terciptanya tempat edukasi sapi perah yang nyaman, dan edukatif.
- 5) Aktif mengikuti program pemerintah guna memperluas relasi bisnis dan pangsa pasar.
- 6) Memprioritaskan kepuasan konsumen dengan cara terus berinovasi dari segi marketing promotion dan mengembangkan produk sesuai dengan perkembangan zaman agar bisnis tetap bertahan dan dapat berkembang.

## 5.2 Saran

Strategi keunggulan bersaing bisa diterapkan pada UD. Baqoroh Joyo untuk kedepannya agar mampu bertahan dan berkembang serta mampu bersaing dengan kompetitor untuk meningkatkan kinerja pemasaran agar penjualan juga dapat meningkat, seperti :

1. Mempertahankan kualitas produk dan Meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan menjalin hubungan baik kepada konsumen.
2. Aktif mengikuti program pemerintah guna memperluas relasi bisnis dan pangsa pasar.
3. Memprioritaskan kepuasan konsumen dengan cara terus berinovasi dari segi marketing promotion dan mengembangkan produk dan system pemasaran sesuai dengan perkembangan zaman agar bisnis tetap bertahan dan dapat berkembang seperti menjualkan produk melalui GO-Food..
4. Meningkatkan tingkat promosi melalui media sosial dna juga membuat konten yang menarik terkait produk dan lokasi usaha secara berkelanjutan agar dapat dikenal pasar lebih luas lagi.