

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti terhadap perusahaan, kesimpulan yang dapat diambil peneliti adalah sebagai berikut :

5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada bauran pemasaran yang menggunakan indikator 4P : *Product, Price, Place, Promotion* pada UD. Bengkel Kriya Daun 9996 yaitu produk yang dijual adalah produk berupa *handycrfat* dengan seni menempelkan sampah daun kering sebagai hiasan yang diolah untuk menghasilkan berbagai macam produk. Harga yang ditawarkan mulai dari Rp. 5.000,- sampai dengan Rp 5.000.000,- sesuai dengan ukuran dan produk yang ditawarkan. Distribusi yang dilakukan melalui penitipan produk ke berbagai sentra UKM Surabaya, Stasiun, Pelabuhan dan sebagainya. Promosi yang dilakukan dengan cara memasarkan produk secara online dan offline.
6. Hasil analisis dengan menggunakan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) maka UD. Bengkel kriya Daun 9996 memiliki kekuatan sebesar 1,98 kelemahan sebesar 0,77 peluang sebesar 1,26 dan ancaman sebesar 0,64.
7. Hasil diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa UD. Bengkel Kriya Daun 9996 berada pada kuadran I, yang artinya meskipun telah memiliki berbagai kekuatan yang dimiliki tetapi perusahaan ini masih memiliki

peluang untuk terus mengembangkan produknya. Strategi yang harus diterapkan pada perusahaan ini adalah dengan memanfaatkan kekuatan peluang jangka panjang dengan cara memperkuat promosi serta strategi *diversifikasi* produk yang mengikuti perkembangan jaman.

8. Sedangkan hasil dari rumusan strategi matriks SWOT adalah UD. Bengkel Kriya Daun 9996 cenderung pada strategi SO karena memiliki nilai tertinggi yaitu dengan skor sebesar 3,24.

5.2 Saran

1. Strategi pemasaran yang bisa diterapkan pada UD. Bengkel Kriya Daun 9996 untuk kedepannya agar bisa terus berkembang dan dapat meningkatkan penjualan secara stabil adalah dengan menggunakan strategi agresif, yaitu :
 - a. Memperluas pangsa pasar untuk menarik konsumen baru.
 - b. Meningkatkan promosi dengan cara memanfaatkan media sosial maupun personal selling.
 - c. Mendirikan *Galery* dengan *brand* sendiri agar lebih mudah dikenali oleh masyarakat ataupun konsumen.
2. Menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan pihak terkait agar tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan.
3. Meningkatkan hubungan baik dengan karyawan untuk memotivasi agar tetap bertahan.
4. Mengontrol persediaan bahan baku.
5. Memperbaharui alat produksi dengan menggunakan mesin pemotong.