

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dari penelitian ini dengan menggunakan analisis SWOT, maka terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut :

1. Pentingnya kualitas produk dan promosi dalam mempengaruhi tingkat volume penjualan suatu produk di dalam strategi pemasaran terdapat strategi promosi yang berperan penting pada sebuah perusahaan. Strategi promosi yang dilakukan oleh UMKM Arafa Surabaya bertujuan agar produknya dapat dikenal masyarakat. Adapun beberapa bentuk promosi yang dilakukan UMKM Arafa Surabaya yakni melalui platform media sosial seperti Instagram dan whatsapp serta sering mengikuti pameran, bazar, serta event-event yang berpotensi besar untuk memperkenalkan pada masyarakat luas mengenai produknya.
2. UMKM Arafa memiliki kekuatan (*Strength*) internal sebesar 2,86, kelemahan (*Weakness*) 0,80, peluang (*Opportunity*) 1,50, dan ancaman (*Threat*) 0,95. Maka dalam diagram analisis SWOT UMKM Arafa Surabaya berada pada posisi kuadran 1 (satu) yang mendukung strategi agresif dengan mengoptimalkan kekuatan serta peluang yang dimiliki. Dengan posisi di staretgi agresif UMKM Arafa Surabaya dapat mempertahankan kualitas produk dan terus melakukan inovasi baru dari hasil kolaborasi dengan UMKM lainnya

## 5.2 Saran

Pada strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada UMKM Arafa Surabaya untuk kedepannya agar dapat terus berkembang serta meningkatkan volume penjualan secara stabil dengan menggunakan strategi agresif, yaitu:

1. Mempertahankan kualitas produk serta keunikan pada setiap hasil akhir produk.
2. Mempertahankan pelayanan yang ramah.
3. Menciptakan produk baru dari hasil kolaborasi dengan UMKM lainnya
4. Memaksimalkan media berpromosi pada media sosial seperti pada aplikasi belanja online e-commerce serta mengikuti kegiatan event atau bazar untuk memperkenalkan produk kepada konsumen.
5. Terus melakukan inovasi agar bisa bersaing dengan UMKM sejenis, dengan memanfaatkan peluang selera masyarakat