

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pada strategi pemasaran yang menggunakan indikator 7P, untuk produk (*product*) menawarkan cita rasa sambal yang khas serta berbeda dari tempat lain. Harga (*price*) harga yang ditawarkan relatif terjangkau dengan kualitas produk yang sangat sesuai dengan harganya. Promosi (*promotion*) dilakukan dengan menggunakan media brosur dengan menyebarkan kepada pelajar dan warga sekitar serta melalui media sosial. Tempat (*place*) terletak pada tepi jalan raya, memudahkan konsumen untuk menemukan maupun berkunjung selain itu lokasinya dekat dengan beberapa sekolah, kampus dan area perkantoran. Manusia (*people*) setiap karyawan dipilih dengan kualifikasi seperti kerapian, kebersihan, kejujuran, dan tanggung jawab oleh karena itu sangat mempengaruhi pelayanan kedai agar selalu ramah dan cekatan dalam setiap hal. Sarana Fisik (*Physical Evidence*) Penelitian menunjukkan bahwa strategi sarana fisik yang diterapkan cukup baik, terlihat dari tampilan kedai yang rapi dan bersih, disiplin karyawan, dan ketepatan waktu kerja. Proses (*Process*) Kasir ditempatkan antara meja pelanggan dan dapur untuk mempermudah pemesanan dan pengantaran. Rak makanan berada di samping kasir agar mudah diakses. Komplain ditangani dengan baik, seperti mengganti pesanan yang salah secara gratis dan meminta maaf atas pelayanan yang kurang ramah.

Berdasarkan diagram analisis SWOT, Kedai Tempong Surabaya terletak pada kuadran 1, yang mendukung penerapan strategi agresif. Kedai ini dapat memanfaatkan kekuatannya untuk mengambil peluang jangka panjang dan mengurangi potensi ancaman di masa depan.

5.2 Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai landasan bagi penelitian selanjutnya terkait analisis strategi pemasaran. Peneliti juga mengharapkan adanya perbaikan pada teknik yang digunakan pada penelitian selanjutnya untuk meningkatkan efektifitas analisis. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengkaji lebih dalam tentang berbagai strategi yang tepat dalam melakukan peningkatan penjualan dengan menerapkan bauran pemasaran, atau dapat dengan menggunakan strategi yang lain sehingga mampu menyempurnakan kekurangan yang ada dalam penelitian ini
2. Bagi Peneliti, Pemahaman teori secara menyeluruh memungkinkan peneliti memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai hubungan antara konsep teoritis dan kenyataan di lapangan. Mengintegrasikan pengetahuan teoritis dan pemahaman langsung terhadap situasi di lapangan dapat memberi nilai tambah pada analisis penelitian, meningkatkan kualitas hasil, dan berkontribusi pada literatur ilmiah.
3. Bagi perusahaan atau kedai tempong Surabaya strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk masa depan agar terus berkembang dan

meningkatkan penjualan secara konsisten adalah dengan menggunakan strategi agresif, yaitu:

- a. Menjaga kualitas dan cita rasa produk yang unik untuk memastikan kepuasan pelanggan dan membedakan diri dari kompetitor.
 - b. Menjaga harga produk agar tetap terjangkau sehingga dapat menarik lebih banyak konsumen tanpa mengorbankan kualitas.
 - c. Menyediakan promo menarik seperti paket pesanan atau promo pada hari tertentu, misalnya Jumat Berkah, untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan pada hari-hari spesial.
 - d. Menjaga pelayanan yang ramah untuk memberikan pengalaman positif kepada pelanggan dan meningkatkan loyalitas.
 - e. Sebaiknya memperluas jaringan relasi dan menambah jumlah pemasok bahan baku untuk dapat membandingkan harga yang paling murah.
4. Bagi pihak lain, Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi referensi, penelitian, dan bahan diskusi bagi berbagai pihak lain yang melakukan penelitian serupa. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan wawasan mengenai strategi pemasaran melalui bauran pemasaran dalam beragam variasi terbaru.