

# BAB 5

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan bauran pemasaran dan analisis SWOT, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam penelitian, industry Abon Hj. Sun menggunakan bauran 4P yang terdiri dari produk (product) yang menawarkan produk abon yang berkualitas dan memiliki 3 varian. Harga (price) yang ditawarkan relative murah dan dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Promosi (promotion) dilakukan melalui *offline* dan *online* dengan membuat akun di media social dan *marketplace*. Tempat (place) yang dimiliki industry Abon Hj. Sun kurang strategis maka strategi yang digunakan yaitu bermitra dengan koperasi dan juga *swalayan* dengan cara menitipkan produknya.
2. Implementasi Strategis Abon Hj. Sun mengejar strategi yang berorientasi pada pertumbuhan. Hal ini dikarenakan diagram analisis SWOT yang menunjukkan bahwa skor keseluruhan tertinggi berada pada kuadran pertama. Ini adalah situasi yang sangat menguntungkan Abon Hj. Sun menawarkan banyak peluang dan keuntungan yang memungkinkan memanfaatkan peluang yang ada sekaligus meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman. Mengusulkan Strategi Alternatif yang Tepat Mempertimbangkan factor bisnis internal dan eksternal, analisis menggunakan matriks SWOT untuk Meminimalkan kelemahan yang ada, menghindari ancaman, dan memanfaatkan kekuatan. Strategi S-O untuk mempertahankan dan menggunakan peluang yang ada.

## 5.2 Saran

Saran yang diberikan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perkembangan ilmu pengetahuan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan, tanpa melupakan nilai keasliannya dalam penelitian ini terutama dalam bidang ilmu ekonomi khususnya ilmu strategi pemasaran dalam menganalisa strategi pemasaran.

2. Bagi pihak perusahaan

Bagi pihak perusahaan disarankan mengkaji penelitian ini supaya meningkatkan strategi pemasaran yang telah dilakukan dan memperbaiki strategi pemasaran yang telah ada dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki dan menghindari ancaman dan kelemahan yang ada.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti dari segi promo produk dan produktifitas perusahaan

Penelitian selanjutnya dihimbau untuk meneliti dalam jangka waktu yang lebih lama guna mendapatkan data yang lebih mendetail dan lebih realistis dalam strategi pemasaran .