

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini dibahas mengenai kesimpulan yang didasarkan pada tujuan penelitian dan saran yang didasarkan pada hasil pengolahan data dan pembahasan.

5.1 KESIMPULAN

Bedasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan maka didapatkan beberapa kesimpulan yang dapat diambil, antara lain:

1. Lingkungan mikro yang memiliki 5 komponen digunakan untuk mengidentifikasi faktor eksternal dari UD. Kembang Jaya. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman yang mempengaruhi UD. Kembang Jaya dalam memasarkan kripik singkong PILLA. Peluang utama yang dimiliki UD. Kembang Jaya adalah pemasok bahan baku banyak dengan skor sebesar 1,224. Sedangkan ancaman utama yang mempengaruhi UD. Kembang Jaya adalah Kompetitor tekuat menduduki posisi *market leader* dengan perolehan skor sebesar 0,2155.
2. Bauran pemasaran merupakan kumpulan variabel-variabel yang dapat dikendalikan yang digunakan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran. Atribut bauran pemasaran digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dari UD. Kembang Jaya dalam memasarkan kripik singkong PILLA. Faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi UD. Kembang Jaya. Kekuatan utama yang dimiliki UD. Kembang Jaya proses produksinya higienis dan terjamin kualitasnya yang mempunyai skor terbobot sebesar 1,0255. Dan kelemahan yang berpengaruh UD. Kembang Jaya yaitu memiliki desain dan warna kemasan yang kurang menarik dengan skor sebesar 0,0610.
3. Strategi-strategi pemasaran yang tepat sasaran setelah mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan dan keinginan pasar untuk meningkatkan pemasaran dan mempertahankan posisi *market challenger* UD. Kembang Jaya dengan produk andalannya kripik singkong PILLA, yaitu:
 - a. Dengan banyaknya bahan baku yang selalu tersedia UD. Kembang Jaya dapat memberikan harga yang bersaing.
 - b. Memanfaatkan porsi pasar pendatang baru yang relatif kecil dengan meningkatkan proses produksi yang lebih baik.

- c. Mengemas produk PILLA semakin menarik sehingga semakin menarik minat pembeli dengan menggunakan kemasan dengan kualitas yang lebih tebal.
- d. Masyarakat lebih suka kripik singkong yang memiliki rasa. Dalam hal ini UD. Kembang Jaya dapat lebih memperbanyak variasi rasa yang sesuai minat pasar.
- e. UD. Kembang Jaya dapat mempertahankan PILLA kripik singkong yang menjadi andalan dengan lebih meningkatkan kualitas kerenyahan yang pas.
- f. Menyediakan stok yang lebih banyak di pusat penjalan oleh-oleh dan minimarket untuk meningkatkan porsi pasar
- g. Memperbaiki tempat dan etalae yang bersih unuk menarik minta pembeli yang loyal
- h. Meningkatkan pemasaran yang lebih gencar dengan iklan-iklan dan promosi yang menarik.
- i. Menambah jumlah pegawai dan memberikan pelatihan kepada pegawai agar bisa memberikan pelayan yang ramah dan cekatan dalam melayani pembeli.

5.2 SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini untuk perbaikan pada perusahaan maupun penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan studi kasus UD. Kembang Jaya diharapkan bisa meningkatkan strategi pemasaran yang lebih baik lagi dengan lebih memperhatikan faktor eksternal.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih dari satu produk pada UD. Kembang Jaya, sehingga dapat lebih menikatkan pemsaran UD. Kembang Jaya lebih luas lagi.
3. Untuk penelitian selanjutnya pada kuesioner bauran pemasaran pada atribut *physical evidence* dapat ditambahkan beberapa kriteria dari *physical evidence*.