

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan merupakan jawaban dari tujuan penelitian yang dirumuskan pada tahap pendahuluan penelitian. Sedangkan saran merupakan masukan dan tanggapan berdasarkan penelitian, hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, baik untuk perusahaan maupun penelitian selanjutnya.

5.1 KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Dari grafik perhitungan peramalan menggunakan metode dekomposisi didapatkan pola penjualan yang sama pada tahun 2015 dilihat dari tahun 2013 dan tahun 2014. Kedua produk yaitu keripik jamur dan keripik pisang memiliki pola penjualan yang sama. Terjadi pada pertengahan tahun yaitu bulan Juni, Juli, dan Agustus serta pada awal tahun pada bulan Januari.
2. Dari hasil peramalan dengan menggunakan metode dekomposisi keripik jamur pada tahun 2015, jumlah permintaan dalam satu tahun mencapai 8620 unit mengalami kenaikan penjualan daripada tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2013 sebesar 6797 unit sedangkan pada tahun 2014 penjualan sebesar 8013 unit yang terjual. Sedangkan pada keripik pisang pada tahun 2015 hasil peramalan menggunakan metode dekomposisi jumlah permintaan sebesar 5044 unit. Mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2013 jumlah yang berhasil di jual adalah 4462 unit pada tahun 2014 penjualan yang berhasil dicapai sebesar 4850 unit.
3. Dari hasil analisis tersebut untuk mengantisipasi pola penjualan musiman yang sama pada setiap bulannya maka sebaiknya pihak paguyuban merumuskan strategi pemasaran yang sesuai dengan hasil pola penjualan peramalan pada tahun 2015. Berikut strategi yang dapat dilakukan pihak paguyuban untuk menghadapi pemasaran dari kedua produknya yaitu :

- 1) Aktif dalam kegiatan pameran UKM juga dapat dilakukan pihak paguyuban untuk mengenalkan produk keripik jamur di pasaran serta melakukan strategi pemasaran yang agresif bagi pihak paguyuban. Selain itu kegiatan promosi yang dapat dilakukan ialah dengan cara melakukan pemasaran produk secara online. Kedua hal tersebut disamping untuk melakukan peningkatan penjualan juga dapat meminimalisir pengeluaran untuk kegiatan promosi.
- 2) Menetapkan harga produk yang rendah, cara ini dapat dilakukan oleh pihak paguyuban asal harga produk yang ditetapkan tersebut tidak mengurangi kualitas produk yang dijual dipasaran. Harga produk keripik jamur dipasar saat ini beragam mulai dari yang terendah Rp. 8.000,00 dan yang paling tinggi mencapai Rp. 11.000,00. Sedangkan harga produk keripik jamur *Green Star* saat ini senilai Rp. 9.500,00. Untuk produk keripik pisang harga yang dipatok oleh pihak paguyuban sebesar Rp. 7.500,00/kemasan. Harga produk keripik pisang dipasaranpun juga relative mulai dari harga terendah Rp. 6.000,00 hingga tertinggi mencapai Rp. 13.000 per 180 gram. Atau dengan cara lain yaitu melakukan bonus isi dalam setiap kemasan misalkan jika berisi 100gram memberikan bonus 20% lebih banyak dalam setiap kemasan.
- 3) Dalam melakukan kegiatan pemasaran yang agresif pihak paguyuban dapat melakukan pertimbangan variasi ukuran kemasan yang dijual dipasaran. Hal tersebut dapat dilakukan oleh pihak paguyuban untuk meningkatkan kualitas pemasaran serta mendongkrak hasil penjualan. Tujuan dari pertimbangan variasi kemasan yaitu menggaet konsumen anak – anak sekolah dengan memproduksi keripik jamur dalam kemasan yang lebih kecil dan harga yang murah dapat dijangkau. Variasi ukuran yang dapat dilakukan dengan melayani penjualan dalam kemasan 20gram dengan harga Rp 2.000,00 agar dapat dijangkau oleh anak-anak sekolah. Untuk produk keripik pisang kegiatan pemasaran yang agresif bisa dilakukan dengan cara menjual produk secara curah di swalayan – swalayan terdekat. Hal ini untuk dapat membebaskan konsumen agar dapat membeli produk sesuai dengan keinginan mereka.

5.2 Saran

1. Sebaiknya pihak paguyuban perlu memperhatikan sistem strategi pemasaran yang baik untuk menghadapi persaingan terhadap seluruh produsen keripik olahan di Kota Malang.
2. Pihak paguyuban sudah sebaiknya lebih memperhatikan setiap produk yang akan dipasarkan dengan lebih tertata dan memiliki target dalam setiap bulannya.



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

(Halaman Ini Sengaja Dikosongkan)

