

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, setelah dilakukan analisis data dan pembahasan diuraikan, maka peneliti akan kemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) produk yang sudah ditetapkan oleh UKM UD. Indah Jaya berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan peneliti, sudah bisa dikatakan sangat baik. Dapat dilihat bahwa UKM UD. Indah Jaya sudah melengkapi perizinan usaha seperti: SIUP, TDP, NIB, P-IRT, NPWP, IU Nutrition Fact dan label dari MUI. Strategi produk yang lain adalah memberikan produk yang berkualitas dari segi rasa, dan kemasan. Hal ini dikarenakan UD. Indah Jaya menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dalam proses produksi, memiliki standar resep untuk menjaga kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen. Harga yang murah dengan kualitas terbaik, saluran distribusi yang baik dan bertanggung jawab penuh hingga sampainya barang ke konsumen, dan promosi yang efektif dengan cara offline maupun online. Selain itu strategi dengan membangun sistem kekeluargaan sangat baik dan sudah terbukti untuk membantu kesuksesan sebuah usaha.

2. Hambatan yang diperoleh pada UD. Indah jaya dalam mengembangkan usaha adalah dalam hal modal, bahan baku, proses produksi, saluran distribusi di masa pandemi *COVID-19*, dan promosi yang kurang maksimal. Sehingga solusi yang digunakan adalah membangun sistem kekeluargaan antara pebisnis dan tokoh masyarakat, rencana membuat cetakan yang sekali cetak bisa menghasilkan 3-4 permen lollipop, menambah kendaraan, mengurus perizinan distribusi dan membuat E-commerce.

B. Saran

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada peneliti untuk mengetahui seberapa besar penerapan ilmu yang sudah di dapat selama berada di bangku kuliah sehingga dapat diaplikasikan dalam penelitian dan menambah pengalaman serta pengetahuan tentang strategi bauran pemasaran .usaha kecil menengah.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau wawasan kepada masyarakat tentang strategi bauran pemasaran (produk,harga,distribusi,promosi) usaha kecil menengah, dan juga menjadi acuan dalam memasarkan usahanya.

3. Bagi Pemilik Usaha

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan bantuan pemikiran kepada UD. Indah Jaya sebagai arahan dalam melakukan kegiatan perekonomian yang lebih maju dalam berbisnis terutama dalam hal strategi bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, promosi).

4. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan referensi dan sumber bacaan dalam melakukan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.