

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan penjelasan dan pembahasan yang penulis bahas pada bab-bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan UMKM Rajawali Snack Tulungagung diantaranya adalah dengan melakukan segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, dan bauran pemasaran. Segmentasi Rajawali snack tulungagung tidak memiliki kriteria khusus untuk wilayahnya, semua dijangkau, bisa dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat baik segala usia remaja, dewasa, orangtua. Target pasar Rajawali Snack Tulungagung ditunjukkan kepada masyarakat umum baik masyarakat menengah keatas, menengah dan menengah kebawah. Posisi pasar Rajawali Snack Tulungagung tetap memfokuskan menjadi alternatif utama produk keripik dengan memberikan kualitas produk yang baik. Dari segi Bauran pemasaran, strategi pemasaran produk Rajawali snack tulungagung adalah membuat produk yang berkualitas dengan mencantumkan usahanya di lembaga PIRT. Strategi harga yang diberikan relatif bersahabat dan pas. Saat ini Rajawali Snack tulungagung melakukan strategi distribusi dengan melakukan penjualan sampai sidoarjo, surabaya, blitar, kediri dan trenggalek. Sedangkan strategi promosinya melalui dari mulut kemulut, media sosial dan bazar.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Rajawali snack tulungagung sudah cukup efektif dalam memasarkan produknya, karena dilihat dari peningkatan-peningkatan jumlah penjualan, rajawali snack tulungagung terus mengembangkan produk dengan berbagai macam startegi untuk memasarkannya

2. Faktor pendukung yang merupakan sebuah keunggulan yang dimiliki oleh Rajawali Snack Tulungagung yaitu segmentasi pasar yang telah tertera dengan baik, serta memiliki jaringan pasar yang luas, mempunyai akun sosial media seperti Facebook dan Instagram yang digunakan untuk promosi, perizinan usaha dan produk. Faktor penghambat di Rajawali Snack Tulungagung yaitu mulai dari bahan baku, faktor pesaing, biaya produksi, ketelambatan waktu pengiriman barang yang disebabkan karena transportasi yang tidak tepat waktu serta keadaan pasar yang tidak menentu, serta danya paar pesaing dengan usaha yang sama. Bahan baku menjadi kendala utama yang seringkali menjadi persoalan, karena dapat menghambat proses produksi yang harus dilaksanakan pihak pengusaha.
3. Strategi pemasaran mempunyai peran yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan pada umumnya dan bidang pemasaran pada khususnya. Dengan strategi yang baik, maka hal tersebut juga akan mampu mendorong efektifitas strategi yang digunakan, sehingga terjadi efisiensi produksi dengan hasil atau keuntungan yang lebih maksimal.

Seperti yang dilakukan oleh Rajawali Snack Tulungagung sudah cukup relatif dalam memasarkan produknya seperti peningkatan jumlah produksi dan penjualan setiap tahunnya menjaga kualitas produk, harga yang bersahabat, pengembangan inovasi produk, hingga jaminan distribusi produksi. Rajawali Snack Tulungagung terus berupaya mengembangkan produk dengan berbagai macam strategi untuk memasarkannya

## **B. SARAN**

Tanpa mengurangi rasa hormat terhadap siapapun, pihak akademik, khususnya pemilik UMKM Rajawali Snack Tulungagung dengan segala kerendahan hati penulis, demi kemajuan dan keberhasilan UMKM Rajawali Snack Tulungagung untuk meningkatkan strategi pemasaran dan untuk peneliti-peneliti selanjutnya, maka penulis menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

### **1. Bagi UMKM Rajawali Snack Tulungagung**

Dengan adanya beberapa strategi pemasaran sudah baik, dengan beberapa faktor pendukung dan penghambat yang sudah diketahui tentunya akan lebih memudahkan dalam proses produksi sampai pemasaran dimasa yang akan datang. Selain itu, pengusaha diharapkan memiliki lahan sendiri untuk ditanami singkong sebagai bahan baku yang dibutuhkan perusahaan sehingga lebih bisa mengontrol stok bahan bakudan kualitas bahan baku dengan mudah.

Mengembangkan produk-produk yang ada disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat ini sehingga produk yang dihasilkan lebih inovatif dan mampu bersaing di pasar.

2. Bagi pihak akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dan tambahan referensi dalam menyelesaikan tugas perkuliahan para mahasiswa maupun penelitian yang akan datang.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah diteliti.