

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan hasil-hasil penelitian sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun sebagai berikut:

Strategi produk yang dilakukan oleh UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun dalam pengembangan usahanya yaitu dengan melakukan inovasi produk yaitu dengan memberikan varian baru dari produk utamanya, menyediakan produk jenang khusus untuk seserahan dan yang tidak kalah penting produk yang dihasilkan UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun selain mendapatkan sertifikat halal dan sudah BPOM, Jenang Pak Lasimun mempertahankan kualitas produknya tanpa bahan pengawet, jenang merupakan kue tradisional dimana mulai dari proses pembuatan sampai hasilnya dilakukan secara alami, terlihat dari tampilannya sendiri yang masih dikemas didalam besek.

Strategi harga yang dilakukan oleh UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun yaitu harga yang sebanding dan harga yang kompetitif, jadi harga yang ditawarkan menyesuaikan dengan jenis produk dan timbangnya. Harga Jenang di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun sesuai standar harga jenang pada umumnya yang bisa dijangkau oleh semua kalangan.

Strategi promosi yang dilakukan oleh UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun yaitu melakukan promosi secara online dan offline. Promosi yang

dilakukan secara online yaitu melalui media sosial Facebook dan Instagram dan beberapa endorse dari para pengunjung atau konsumen. Sedangkan untuk promosi secara offline yaitu dilakukan dari mulut ke mulut.

Strategi lokasi dan saluran distribusi yang dilakukan oleh UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun, untuk lokasinya strategis, mudah diakses, dekat dari pusat keramaian, memiliki halaman parkir yang luas dan penawaran lokasi yang menarik dari UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun adalah disediakannya wisata Tegal Pule yaitu wisata kuliner yang disediakan untuk para pengunjung jenang lasimun yang berasal dari luar kota.

2. Pendekatan analisis SWOT dalam meningkatkan volume penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun sebagai berikut:

Analisis SWOT merupakan sebuah analisis yang menggabungkan dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. faktor internal yang berupa kekuatan (*Strenghts*) dan kelemahan (*Weakness*) serta faktor eksternal berupa peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Treaths*). Hasil analisis empat elemen tersebut dengan membuat matrik SWOT yaitu menggunakan tabel IFAS dan tabel EFAS yang disusun berdasarkan pemberian rating dan bobot pada masing-masing faktor internal maupun faktor eksternal menghasilkan 4 strategi alternatif yang bisa diterapkan UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun dalam meningkatkan volume penjualan yaitu sebagai berikut:

a. Strategi SO (*strenght-opportunity*):

- 1) Melakukan pengembangan dan penetrasi pasar

- 2) Memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan baik supaya terbentuk citra positif dan pangsa pasar yang baru
 - 3) Mempertahankan citra merek dagang
 - 4) Menjaga kualitas dagangan agar tidak kalah saing dengan pasar modern
- b. Strategi ST (*strenght-threats*):
- 1) Memperkirakan jumlah bahan baku dengan kemampuan kapasitas produksi secara akurat yang digunakan untuk memproduksi barang pesanan pelanggan agar mengurangi kerugian di saat harga bahan baku naik secara signifikan.
 - 2) Melakukan kerjasama dengan beberapa pemasok dan tidak hanya mengandalkan satu atau dua pemasok saja agar tidak terjadi keterlambatan bahan baku.
 - 3) Mempertahankan kepercayaan supplier.
- c. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*):
- 1) Memaksimalkan tenaga kerja di sekitar lokasi untuk menambah tenaga kerja dibagian produksi
 - 2) Menambah strategi promosi online (facebook, instagram, web, dll) dan promosi offline (mulut ke mulut)
 - 3) Membuka cabang produksi lagi di luar kota Tulungagung
- d. Strategi WT (*weaknes-threat*):
- 1) Selalu up to date mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen
 - 2) Melakukan riset dan pengembangan inovasi produk sehingga produk mempunyai nilai lebih

- 3) Menambah jaringan toko supplier bahan baku sehingga proses produksi tidak mengalami keterlambatan.

3. Bauran pemasaran melalui pendekatan analisis SWOT dalam meningkatkan volume penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun sebagai berikut:

Setelah melalui beberapa proses analisis kemudian dihasilkan pada tabel analisis IFAS (*internal factor analysis summary*) diperoleh hasil bahwa kekuatan (*strength*) memiliki skor 3,20 dan kelemahan (*weakness*) memiliki skor 0,45 total jumlah skor dari faktor internal sebesar 3,65. Sedangkan dalam perhitungan tabel EFAS (*eksternal factor analysis*) memiliki hasil bahwa, faktor peluang (*opportunities*) memiliki skor 2,25 dan ancaman (*threats*) memiliki skor 0,70, jumlah total dari kedua faktor sebesar 2,95. Dari hasil analisis menggunakan matrik IFAS dan EFAS yang dimasukkan kedalam diagram cartersious SWOT diketahui pada sumbu *opportunities* memiliki nilai 1,55 dan pada sumbu *strength* memiliki skor 2,75 posisi perusahaan condong pada kuadran 1.

Perusahaan yang berada pada posisi kuadran 1, maka perusahaan tersebut sangatlah menguntungkan, hal ini dikarenakan perusahaan memiliki kekuatan maksimal sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Jika perusahaan memiliki kelemahan, perusahaan tersebut akan berusaha mengatasi dan membuat menjadi kekuatan dan ketika perusahaan menghadapi ancaman, perusahaan akan menghindarinya dan fokus pada peluang yang ada.¹ Dalam diagram analisis SWOT, UD Sari Murni Jenang

¹ Freddy Rangkuti, "Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006) hal. 19

Pak Lasimun Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung masuk dalam **KUADRAN 1**, sehingga perusahaan dalam kondisi seperti ini harus menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yaitu strategi agresif (*growth oriented strategy*). UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun memiliki beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan yaitu strategi SO, WO, ST dan WT. Namun berdasarkan perhitungan matriks SWOT UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun berada pada posisi 1, jadi strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi SO.

Maka dapat disimpulkan menurut hasil penelitian, melalui strategi bauran pemasaran 4P yang diterapkan, UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun berada dalam Kuadran 1, dimana mempunyai peluang dan kekuatan yang besar dalam pemanfaatnya yaitu dengan memanfaatkan strategi SO, strategi SO yang dapat dilakukan oleh UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung dapat melakukan 4 strategi berikut yaitu melakukan pengembangan dan penetrasi pasar, memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan baik supaya terbentuk citra positif dan pangsa pasar yang baru, mempertahankan citra merek dagang dan yang terakhir yaitu menjaga kualitas produk agar tidak kalah saing dengan pasar modern. Melalui strategi bauran pemasaran dengan memperhatikan lingkungan eksternal dan internal perusahaan melalui analisis SWOT akan mampu meningkatkan volume penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi tambahan ilmu, khususnya pada perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terkait strategi dengan bauran pemasaran 4P melalui pendekatan analisis SWOT guna untuk meningkatkan volume penjualan.

2. Rekomendasi bagi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun

Dengan penelitian ini diharapkan peneliti dapat memberikan rekomendasi secara praktis kepada UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun, dimana hasil dalam penelitian ini dapat memberikan saran, tambahan informasi, serta bahan masukan guna untuk meningkatkan strategi bauran pemasaran yang lebih baik kedepannya dengan memperhatikan peluang dan ancaman dari lingkungan internal dan eksternal perusahaan sehingga mampu meningkatkan penjualan dan mempertahankan minat konsumen untuk jangka pendek, menengah dan jangka panjang perusahaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan atau acuan untuk kajian lanjutan terkait dengan strategi bauran pemasaran melalui pendekatan analisis SWOT guna meningkatkan volume penjualan yang diharapkan dapat membantu menyempurnakan penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti selanjutnya.