

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini yang berkaitan dengan analisis strategi pemasaran dalam mempertahankan volume penjualan dengan pendekatan SWOT di Toko Azmi Jaya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Azmi Jaya untuk mempertahankan volume penjualannya yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran 4P yang terdiri dari product, price, place, dan promotion. Pada strategi produk Toko Azmi Jaya menyediakan berbagai macam kue, menggunakan bahan baku yang berkualitas, menyediakan banyak varian rasa dan topping, serta menjadikan adonan dasar donat menjadi varian roti lainnya. Pada strategi harga yang diterapkan di Toko Azmi Jaya Brenggolo yaitu dengan menjual produk mereka dengan harga yang terjangkau tapi tetap menomor satukan kualitas dan rasa sehingga tetap bisa dijangkau oleh pelanggan dan juga menjual dengan harga satuan juga menjual dengan harga paketan. Pada strategi tempat yang diterapkan di Toko Azmi Jaya ini cukup strategis, terletak di pinggir jalan raya sehingga memudahkan pelanggan untuk menjangkaunya, serta adanya standing banner kayu memudahkan pelanggan untuk mengenalkan kepada pelanggan-pelanggan baru yang belum mengetahui letak Toko Azmi Jaya. Pada strategi promosi yang diterapkan di Toko Azmi Jaya yaitu mempromosikan produknya melalui media sosial whatsapp, facebook, dan

instagram. Tapi lebih condong ke whatsapp dan facebook dengan rutin mengupload foto-foto dan video produk.

2. Berdasarkan hasil analisis SWOT Toko Azmi Jaya terdapat dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Untuk faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Kekuatan yang dimiliki yaitu harga yang kompetitif, lokasi strategi bisnis, kualitas bahan baku, dan variasi produk. Adapun kelemahan yang dimiliki yaitu kapasitas produksi yang terbatas, promosi yang kurang efektif, dan kendala teknis dalam membuat adonan. Sedangkan untuk faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman. Peluang yang dimiliki yaitu tren konsumsi masyarakat terhadap jajanan yang terjangkau dan potensi perluasan usaha melalui media sosial dan pembukaan cabang baru. Ancaman yang dimiliki yaitu berupa persaingan yang semakin ketat, kenaikan harga bahan baku, dan perubahan preferensi konsumen. Dan dapat dilakukan juga strategi alternatif strategi SO yaitu menggunakan bahan baku yang berkualitas, memanfaatkan media sosial sebagai media promosi, membuka cabang baru yang membawa konsep produk enak, murah, dan variatif. Strategi WO dengan mengoptimalkan promosi di media sosial, melatih karyawan agar tetap terampil, dan memperluas ruang produksi. Strategi ST menjaga kualitas produk, melakukan efisiensi bahan baku untuk mengurangi dampak kenaikan harga, dan mengembangkan inovasi produk. Dan strategi WT memperbaiki sistem produksi untuk mengurangi kegagalan produk, membangun hubungan baik dengan konsumen, dan meningkatkan

manajemen produk dan penataan ruang produksi.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang didapat dalam penelitian, maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Bagi Toko Azmi Jaya Brenggolo

Perlu meningkatkan kegiatan promosi, terutama melalui media sosial yang lebih luas seperti Instagram dan TikTok, untuk menjangkau konsumen muda dan memperluas pasar. Disarankan menambah kapasitas ruang produksi serta memperbaiki tata letak agar proses kerja lebih efisien dan mampu memenuhi permintaan yang meningkat. Tetap mempertahankan kualitas bahan baku dan konsistensi rasa sebagai ciri khas produk yang menjadi kekuatan utama usaha. Perlu melakukan inovasi produk secara berkelanjutan agar mampu menyesuaikan dengan perubahan tren dan selera konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian berikutnya dapat memperluas objek kajian, misalnya dengan membandingkan strategi pemasaran beberapa usaha sejenis, agar hasil penelitian lebih komprehensif.