

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah diuraikan di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan gambaran strategi pemasaran yang dilakukan Fraurora Bouquet saat ini, masih terdapat beberapa kelemahan atau strategi yang belum maksimal penerapannya seperti belum menguasai media sosial lain selain WhatsApp, promosi yang dilakukan masih kurang, jumlah karyawan masih sangat terbatas, belum adanya tempat penyimpanan buket yang memadai dan terbatasnya tempat membuat buket, tata ruang toko belum tertata dengan baik, waktu proses pembuatan produk tidak dapat dipastikan, kesulitan dalam membuat produk berukuran besar, konsumen kurang puas akan produk yang dibuat tidak sesuai, serta terdapat konsumen yang masih menawar harga.
2. Setelah gambaran strategi pemasaran yang dilakukan Fraurora Bouquet diketahui, kemudian dilakukan identifikasi strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran 7P. Didapatkan hasil bahwa lima dari tujuh elemen bauran pemasaran masih terdapat kekurangan yang perlu ditingkatkan di antaranya pada elemen harga, promosi, orang, bukti fisik, dan proses, sedangkan untuk dua elemen lainnya yaitu elemen produk dan tempat, strateginya perlu dipertahankan.
3. Hasil dari identifikasi strategi pemasaran menunjukkan bahwa diperlukan adanya perumusan strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran 7P. Pada elemen harga Fraurora Bouquet dapat memberikan diskon yang lebih beragam dan kupon belanja. Pada elemen promosi dapat melakukan promosi di media sosial Instagram dan menggunakan WhatsApp bisnis serta mengikuti berbagai macam acara yang melibatkan UMKM. Pada elemen orang Fraurora Bouquet dapat segera menambah jumlah karyawan. Pada elemen bukti fisik Fraurora Bouquet dapat mengubah tata letak pada tempat usahanya. Kemudian pada elemen proses strategi yang dapat

dilakukan yaitu dengan menentukan maksimal produk yang dibuat per harinya serta menyediakan format pemesanan. Perumusan strategi ini dilakukan dengan tujuan agar keberlangsungan usaha Fraurora Bouquet ke depannya dapat berkembang menjadi usaha yang lebih maju dan dapat mencapai visi misi yang dimiliki Fraurora Bouquet.

## 5.2 Implikasi

### 1. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Fraurora Bouquet masih perlu adanya peningkatan. Hal ini mengandung implikasi bahwa strategi memiliki peranan yang sangat penting karena strategi dapat mengarahkan tindakan apa yang dapat dilakukan. Melalui strategi yang tepat, diharapkan tujuan usaha dapat dicapai dan keberlangsungan usaha dapat berkembang menjadi lebih maju.

### 2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi Fraurora Bouquet dalam merencanakan strategi pemasarannya dengan menggunakan bauran pemasaran 7P dan memperhatikan setiap elemen yang dapat meningkatkan daya saing Fraurora Bouquet.

## 5.3 Saran

### 1. Bagi Usaha

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang ingin disampaikan oleh peneliti kepada Fraurora Bouquet adalah dapat mengimplementasikan strategi yang telah dirumuskan serta untuk melakukan evaluasi strategi secara rutin agar ketika terdapat strategi yang dalam pelaksanaannya belum maksimal, dapat segera ditelaah kembali untuk dilakukan perbaikan dan dapat ditingkatkan, sehingga strategi pemasaran yang dilakukan dapat terlaksana dengan maksimal dan tujuan usaha dapat tercapai.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang serupa, disarankan untuk memilih objek penelitian dalam bidang usaha yang

berbeda. Selain itu, peneliti disarankan untuk memperbanyak studi literatur berkaitan dengan apa yang akan diteliti.