

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran umum mengenai strategi bauran pemasaran pada UMKM Galeri Anara yaitu sebagai berikut:
 - a) Produk (*Product*). Produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang bagus, hal ini dapat dibuktikan dari respon pelanggan yang sangat positif terhadap produk Galeri Anara. Selama Galeri Anara menjalankan usahanya belum pernah terjadi pengembalian produk karena cacat ataupun produk tidak sesuai pesanan. Selain itu desain/ model produk bisa disesuaikan dengan keinginan pelanggan, namun Galeri Anara belum memiliki kemasan produk yang menarik.
 - b) Tempat (*Place*). Tempat produksi kerajinan tangan Galeri Anara berada di Kabupaten Garut. Shopee dan Instagram merupakan tempat Galeri Anara menghasilkan sebagian besar pendapatannya, karena jika penjualan dilakukan secara offline saja Galeri Anara akan sulit berkembang sebab tempat pemasaran yang dimiliki tidak cukup strategis, dimana tempat yang dimiliki tidak mudah dijangkau dan tidak sesuai dengan target konsumen.
 - c) Harga (*Price*). Harga yang ditawarkan Galeri Anara sudah cukup terjangkau dengan kualitas yang bagus. Karena dengan harga tersebut belum pernah ada pelanggan yang meminta potongan harga produk.
 - d) Promosi (*Promotion*). Strategi promosi yang dilakukan Galeri Anara adalah digital marketing dengan memanfaatkan media sosial Instagram.
2. Formulasi Strategi Bauran Pemasaran pada UMKM Galeri Anara

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan pendekatan SWOT posisi Galeri Anara berada di posisi kudaran I sehingga menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan bagi perusahaan tersebut untuk melakukan strategi agresif (Rangkuti, 2017). Kemudian hasil faktor internal IFAS dan faktor eksternal EFAS didapatkan nilai tertinggi yaitu *strength* dan

Denis Safitri, 2023

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA UMKM GALERI ANARA DI KABUPATEN GARUT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

opportunities (SO) sebesar 4.10. Maka strategi yang tepat pada UMKM Galeri Anara yaitu menggunakan strategi SO (Agresif) dan langkah selanjutnya adalah membagi strategi pemasaran yang telah dirancang berdasarkan pada elemen atau konsep bauran pemasaran. Elemen tersebut meliputi konsep 4p menurut Kotler & Keller (2016) diantaranya strategi produk (*product*), strategi tempat (*place*), strategi harga (*price*) dan strategi promosi (*promotion*).

5.2 Implikasi

Dampak yang dihasilkan setelah pengimplementasian strategi baru yaitu strategi SO (Agresif) UMKM Galeri Anara menjadi lebih menyadari mengenai pentingnya penerapan strategi tersebut untuk meningkatkan jumlah penjualan produknya. Karena sebelumnya Galeri Anara belum menjalankan strategi pemasaran secara maksimal, dikarenakan kurangnya pengetahuan yang dimiliki.

5.3 Saran

a. Bagi Imliah

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan peneliti memberikan saran agar penelitian ini menjadi lebih relevan sebagai referensi bagi keilmuan kewirausahaan, penelitian selanjutnya dapat menunjukkan bahwa strategi pemasaran dapat mempercepat minat masyarakat untuk menggunakan produk dan dapat meningkatkan penjualan produk pada UMKM.

b. Bagi Usaha

Untuk pemilik Galeri Anara perlu memperhatikan setiap aktivitas bisnis sesuai dengan strategi pemasaran yang tepat, agar usaha yang dijalankan bisa berjalan dengan baik dan dapat meningkatkan penjualan produk UMKM Galeri Anara.

c. Bagi Pemerintah

Sebagai acuan dalam pengambilan kebijakan di masa yang akan datang dalam upaya membantu UMKM di Kabupaten Garut, pemerintah hendaknya meningkatkan pemberdayaan UMKM yaitu dalam hal pendanaan, izin usaha, sarana dan prasarana. Kemudian pemerintah dapat menyediakan tempat pusat pemasaran produk UMKM karena itu akan sangat berpengaruh bagi pelaku usaha.

Denis Safitri, 2023

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA UMKM GALERI ANARA DI KABUPATEN GARUT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi bauran pemasaran menggunakan analisis SWOT yang diterapkan oleh UMKM Galeri Anara peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya yaitu memilih objek usaha dengan jenis produk yang berbeda dengan tetap menggunakan strategi bauran pemasaran melalui analisis SWOT sehingga dapat menambah sumber referensi yang ada.