

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai analisis bauran pemasaran (*marketing mix*) pada Pigura Kayu Pak Kemat, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil identifikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) 5P yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, and *promotion*, serta *promotion* dapat diketahui bahwa
 - a) Pada aspek produk (*product*), dapat diketahui bahwa produk memiliki kekuatan sudah cukup baik dapat dilihat dari bahan baku yang digunakan berkualitas dan tahan lama, serta mempunyai beragam variasi produk pigura. Namun, masih terdapat kelemahan yaitu tidak adanya layanan khusus. Meskipun begitu, terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan yaitu dengan melihat tren yang sedang terjadi di kalangan masyarakat. Akan tetapi, terdapat juga ancaman dari pesaing yang sudah banyak menawarkan jasa *customize* pigura.
 - b) Pada aspek harga (*price*), terdapat kekuatan utama yaitu harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan. Namun, terdapat kelemahan yaitu harga yang ditawarkan masih kurang terjangkau. Meskipun begitu, terdapat peluang berupa penawaran potongan harga atau penawaran khusus. Akan tetapi, tetap memiliki ancaman yaitu terdapat banyak pesaing yang menawarkan harga lebih murah karena terbuat dari bahan baku *fiber* atau plastik.
 - c) Pada aspek tempat (*place*), terdapat kekuatan yaitu lokasi tempat penjualan cukup strategis karena terletak di pinggir jalan, sehingga pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasinya terlebih terdapat angkutan umum yang dapat mengantarkan pelanggan sampai ke toko. Meskipun begitu, jangkauan pasarnya masih belum begitu luas karena tempat pelanggan untuk membeli hanya dapat melalui dengan datang langsung ke toko. Walaupun begitu tetap ada peluang yaitu dengan

memanfaatkan media *online* untuk berjualan. Akan tetapi, harga bahan baku yang cenderung kurang stabil dan pengiriman yang cukup lama akan berpengaruh terhadap persediaan barang yang akan ditawarkan kepada konsumen.

- d) Aspek promosi (*promotion*), secara kekuatan Sang *Owner* telah cukup baik dalam *personal selling*. Namun, memiliki kelemahan yaitu kegiatan pemasaran ataupun promosi yang dilakukan masih secara konvensional. Walaupun begitu, tetap memiliki peluang yaitu dengan memanfaatkan media sosial dan membuat *brand guidelines* agar lebih mudah dikenal dan diingat. Akan tetapi, tetap dapat menjadi ancaman karena pesaing yang telah banyak memanfaatkan internet sebagai media untuk melakukan promosi dan berjualan.
- e) Pada aspek orang (*people*) secara kekuatan sang *Owner* sudah sangat ahli dalam membuat *figura*. Namun, memiliki kelemahan yaitu tidak adanya pegawai yang membantu dalam menjalankan usahanya. Selain itu, juga terdapat ancaman dari perusahaan *figura* yang dapat melakukan *customize*.

2. Adapun hasil rumusan strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT dapat diketahui bahwa pada faktor-faktor *internal* dan *external* *Pigura Kayu Pak Kemat* terdiri dari 14 faktor. Masing-masing terdiri dari 4 *strengths*, 4 *weakness*, 3 *opportunities*, 3 *threats*. Kemudian, setelah mendapatkan semua faktor SWOT tersebut, selanjutnya adalah menganalisis dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS sehingga dapat diketahui bahwa posisi IE *Pigura Kayu Pak Kemat* berada pada *hold and maintain*. Oleh karena itu, strategi yang umumnya digunakan untuk posisi ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Rumusan strategi pemasaran yang dapat digunakan yaitu (1) membuat *brand guideline* dengan menentukan *collor pallete, font*, dan tema *design*, serta membuat logo, hal ini ditujukan untuk memudahkan *Pigura Kayu Pak Kemat* agar mudah dikenali dan diingat. Selanjutnya, (2) perencanaan konten dengan membuat *content pillar* yang merupakan garis besar dari berbagai konten yang akan dibuat, dan kalender konten yang

ditujukan untuk memudahkan dalam mengawasi setiap konten yang akan di *upload* di akun Pigura Kayu Pak Kemat. Selanjutnya, (3) melakukan analisis pesaing yang ditujukan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dilakukan oleh pesaing, sehingga membantu dalam merencanakan setiap konten yang akan dibuat. Kemudian, (4) membuat akun media sosial Instagram dan TikTok sebagai media untuk promosi dengan nama akun @pigura_pakkemat. Kemudian, melakukan (5) inovasi produk untuk membuat produk pigura yang sedang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan. Selain itu, juga membuat (6) laman *website* untuk membantu pelanggan lebih memahami produk, serta membuat (7) data *stock opname* untuk membantu dalam mengendalikan bahan baku.

3. Hasil yang didapatkan setelah melakukan implementasi rumusan strategi pemasaran yaitu adanya peningkatan penjualan yang terjadi pada bulan Juli 2024 menjadi Rp600.000 dari yang sebelumnya pada bulan Juni adalah Rp500.000, peningkatan jumlah penjualan ini salah satunya dipengaruhi oleh adanya optimasi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial Instagram dan TikTok sebagai media promosi, serta terbantu juga dengan melakukan inovasi produk, membuat *brand guidelines*, analisis pesaing, laman *website*, dan *stock opname*.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan simpulan yang telah didapatkan maka terdapat beberapa implikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Rekomendasi yang dapat diberikan untuk Pigura Kayu Pak Kemat
 - a. Tidak adanya layanan *customize* pigura karena keterbatasan peralatan dan perlengkapan, jika Pigura Kayu Pak Kemat tidak memperbaiki masalah tersebut, maka akan berimplikasi pada penurunan jumlah penjualan.
 - b. Terbatasnya tempat berjualan yang hanya mengandalkan jualan secara *offline* saja dan harga bahan baku yang cenderung kurang stabil. Jika tidak ada perbaikan terhadap masalah ini oleh Pigura

Kayu Pak Kemat, maka akan berimplikasi pada penurunan penjualan.

- c. Terbatasnya kegiatan promosi yang dilakukan karena cenderung masih bersifat konvensional, jika hal tersebut tidak diperbaiki oleh Pigura Kayu Pak Kemat, maka akan berimplikasi terhadap penurunan penjualan.
- d. Kurang terjangkaunya harga yang ditawarkan bagi konsumen dan konsumen relatif lebih memilih pesaing karena harga yang lebih murah, jika hal ini tidak diperbaiki oleh Pigura Kayu Pak Kemat, maka akan berimplikasi terhadap penurunan penjualan.
- e. Tidak adanya pegawai yang membantu dalam proses pengerjaan pigura, jika hal ini tidak diperbaiki oleh Pigura Kayu Pak Kemat, maka akan berimplikasi terhadap penurunan penjualan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bauran pemasaran 5P (produk, harga, promosi, tempat, dan orang) harus diintegrasikan secara menyeluruh untuk menciptakan strategi pemasaran yang efektif dengan bantuan analisis SWOT. Peneliti selanjutnya harus memastikan bahwa setiap elemen bauran pemasaran berinteraksi dengan baik dan saling mendukung.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan simpulan yang telah didapatkan maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Rekomendasi yang dapat diberikan untuk Pigura Kayu Pak Kemat

Adapun, beberapa upaya yang dapat dilakukan oleh Pigura Kayu Pak Kemat sehingga dapat membantu dalam melakukan persaingan yaitu sebagai berikut:

- a. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tidak adanya layanan *customize* pigura yaitu dengan melakukan inovasi produk agar pigura yang dibuat dapat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta relevan dengan *trend* yang ada di

- kalangan masyarakat. Dengan begitu, akan membantu Pigura Kayu Pak Kemat dalam meningkatkan penjualan.
- b. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan terbatasnya akses pelanggan untuk membeli produk yaitu dengan membuatkan laman *website* untuk berjualan, sehingga memudahkan pelanggan dalam mengakses untuk membeli produk. Selain itu, membuatkan data *stock opname* untuk mengetahui ketersediaan bahan baku, sehingga produk pigura yang dijual dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan begitu akan membantu Pigura Kayu Pak Kemat dalam meningkatkan penjualan.
 - c. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan karena masih bersifat konvensional ataupun tradisional adalah dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok. Selain itu, juga diperlukan perencanaan konten yang baik dan benar agar hasil konten tersebut menarik perhatian dari para pelanggan dan *brand guidelines* agar lebih mudah dikenal dan diingat oleh pelanggan, serta membuat analisis pesaing untuk melihat kegiatan pesaing di media sosial sebagai bahan referensi. Dengan begitu, akan membantu Pigura Kayu Pak Kemat dalam meningkatkan penjualan.
 - d. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi harga pesaing yang lebih murah ialah dengan cara membuat konten penawaran khusus berupa gratis ongkos kirim. Dengan begitu, akan membantu Pigura Kayu Pak Kemat dalam meningkatkan penjualan.
 - e. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi tidak adanya pegawai adalah dengan cara senantiasa melakukan inovasi produk sesuai dengan *trend* yang ada agar tetap dapat membuat produk yang sesuai dengan keinginan pasar. Dengan begitu, akan membantu Pigura Kayu Pak Kemat dalam meningkatkan penjualan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya yaitu peneliti selanjutnya harus mengintegrasikan bauran pemasaran 5P (produk, harga, promosi, tempat, dan orang) dengan analisis SWOT untuk menciptakan strategi pemasaran yang komprehensif. Hal ini akan membantu perusahaan memahami bagaimana setiap elemen bauran pemasaran dapat diadaptasi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi.