

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1. Simpulan

1. Rumusan Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa dalam menerapkan strategi pemasaran Tersenyum dapat memfokuskan pada strategi *segmentation* yang berorientasi pada segmen geografik, yaitu masyarakat yang berada pada wilayah jumlah penduduk padat. Pada strategi *targeting* Tersenyum dapat memfokuskan pada strategi *product specialization* yang memusatkan layanan spesial yang dimiliki, yaitu pengelolaan limbah minyak jelantah dengan konsep sedekah, sehingga target yang dituju adalah masyarakat yang memiliki jiwa sosial dan mencintai lingkungan di wilayah jumlah penduduk padat. Pada strategi *positioning* Tersenyum dapat memfokuskan pada strategi *positioning* menurut manfaat, yaitu manfaat yang akan diterima masyarakat dari hasil limbah minyak jelantah yang disedekahkan untuk kepentingan sosial. Pada strategi bauran pemasaran, Tersenyum dapat memfokuskan pada strategi produk (*product*) dengan memusatkan pada *positioning* yang berorientasi pada manfaat layanan sedekah minyak jelantah.

2. Formulasi Perbaikan Strategi Pemasaran

Melalui peninjauan dari beberapa strategi pemasaran yang telah diteliti, yaitu strategi *segmentation*, *targeting*, *positioning*, dan bauran pemasaran, Tersenyum dapat memaksimalkan strategi pemasaran melalui formulasi perbaikan strategi pemasaran sehingga Tersenyum dapat meningkatkan jumlah donatur dan penerimaan sedekah minyak jelantah. Pada strategi *segmentation*, Tersenyum dapat menambah segmentasi pasar pada tempat usaha penghasil limbah minyak jelantah. Pada strategi *targeting*, Tersenyum menargetkan pasar sasaran pada tempat usaha penghasil limbah minyak jelantah yang didasarkan pada *product specialization*, yaitu tempat usaha penghasil limbah minyak jelantah yang memiliki tanggung jawab sosial melalui program *corporate social responsibility*. Pada strategi *positioning*,

Tersenyum dapat memberikan benefit peningkatan citra tempat usaha penghasil limbah minyak jelantah yang menjadi donatur sedekah minyak jelantah sebagai tempat usaha yang peduli terhadap lingkungan dan sosial melalui program *corporate social responsibility* melalui pemberian piagam penghargaan atau tanda jasa lainnya, sehingga dapat meningkatkan citra Tersenyum sebagai layanan yang dipercaya untuk mengelola sedekah limbah minyak jelantah dari tempat usaha penghasil limbah minyak jelantah. Pada strategi bauran pemasaran, untuk menghasilkan penerimaan sedekah minyak jelantah yang lebih besar, Tersenyum perlu meningkatkan setiap aspek bauran pemasaran, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) yang disesuaikan dengan donatur sedekah minyak jelantah pada tempat usaha penghasil limbah minyak jelantah.

5.2. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat 6 (enam) implikasi pada penelitian ini, diantaranya.

1. Tersenyum menargetkan pasar sasaran pada tempat usaha penghasil limbah minyak jelantah yang memiliki tanggung jawab sosial seperti program *corporate social responsibility*.
2. Tersenyum memberikan piagam penghargaan atau tanda jasa lainnya pada donatur sedekah minyak jelantah dari tempat usaha.
3. Tersenyum menambah sertifikasi manajemen pengelolaan limbah berstandar nasional atau internasional.
4. Tersenyum membuat penyesuaian pembagian imbal hasil sedekah minyak jelantah pada donatur sedekah minyak jelantah dari tempat usaha dengan tetap berorientasi pada konsep sedekah.
5. Tersenyum menyediakan tong sedekah minyak jelantah atau menyediakan mobil tangki untuk membawa minyak jelantah dari tempat penampungan limbah minyak jelantah yang dimiliki oleh tempat usaha.
6. Tersenyum membuat publikasi hasil kerjasama pengelolaan limbah minyak bersama donatur sedekah minyak jelantah dari tempat usaha.

5.3. Rekomendasi

1) Bagi Usaha

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan rekomendasi pada Tersenyum untuk bisa menindaklanjuti formulasi perbaikan strategi pemasaran agar Tersenyum tidak bergantung pada donatur sedekah minyak jelantah dari masyarakat saja sehingga dapat meminimalisir risiko penurunan penerimaan sedekah minyak jelantah.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pemasaran *segmentation, targeting, positioning*, dan bauran pemasaran pada Tersenyum, peneliti memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya yaitu memilih objek usaha *social enterprise* dengan jenis produk atau layanan yang berbeda dengan tetap menggunakan strategi *segmentation, targeting, positioning*, dan bauran pemasaran sehingga dapat menambah sumber referensi yang ada.