

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan dijabarkan terkait dengan kesimpulan dan saran yang berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan tersebut akan berisi jawaban dari rumusan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Selain itu, akan diberikan pula masukan yang berguna untuk memperbaiki ataupun melengkapi di penelitian selanjutnya. Berikut ini akan diberikan penjabaran dari kesimpulan dan saran.

V.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Usulan strategi pemasaran dilakukan dengan menggunakan metode bauran pemasaran atau 4P, yaitu.
 - a. *Product*, yang meliputi memberikan informasi terkait tanggal kedaluwarsa, rincian bahan baku, dan adanya alternatif tampilan kemasan yang baru. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan penilaian dari atribut tampilan kemasan, tanggal kedaluwarsa, aman dikonsumsi semua usia, dan bahan baku yang digunakan berkualitas.
 - b. *Price*, yang meliputi pemberian *quantity discount*. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan penilaian dari atribut harga yang terjangkau.
 - c. *Promotion*, yang meliputi pembuatan Instagram khusus untuk bisnis Aliagara, penerimaan *reseller*, dan promosi harga di *event-event* tertentu. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* di masyarakat.
 - d. *Place*, yang meliputi produk dapat dibeli melalui aplikasi Go-Jek, Grab, dan dapat dikirimkan pula melalui Paxel. Strategi ini bertujuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

2. Evaluasi dilakukan berdasarkan tiga kriteria, yaitu kepraktisan, biaya, dan *gain*. Nilai rata-rata yang diperoleh untuk ketiga kriteria tersebut secara berturut-turut adalah 7.67, 6.89, dan 7.56.

V.2 Saran

Berikut ini merupakan saran yang dapat diberikan kepada pemilik usaha Aliagara dan untuk penelitian selanjutnya.

1. Menerapkan usulan strategi pemasaran dan melakukan evaluasi secara berkala apakah usulan strategi yang diberikan dapat meningkatkan tingkat penjualan.
2. Melakukan penelitian terkait *branding* atau *image* yang ingin dibangun oleh Aliagara.

- Editorial: Tentang GoFood & GoBiz. [Editorial]. (2019). Diunduh dari <https://www.gojek.com/gofood/business/>.
- Evans, D. & Mckee, J. (2010). *Social Media Marketing The Next Generation of Business Engagement*. Canada : Wiley Publishing, Inc.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2013). *Multivariate Data Analysis, 7th Edition*. United States : Pearson Education Limited.
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: PT Buku Kita.
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. T & Amstrong, G. (2003). *Marketing Basics, 9th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kotler, P. T. & Keller, K. (2008). *Marketing Management, 12th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. T. (2006). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas. Jakarta: PT Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Edisi satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Maynard & Beckmen. (2002). *Principles of Marketing*. New York: Ronald Press Company.
- Novianti, A. (2017, 8 Agustus). Daftar Anjuran Konsumsi Gula Berdasarkan Kelompok Usia. *Kumparan*. <https://kumparan.com/kumparanstyle/daftar-anjuran-konsumsi-gula-berdasarkan-kelompok-usia/full>.
- Osterwalder. A & Pigneur. Y. (2010). *Business Model Generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers dan Challengers*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Puri, A., Nurrochmat, D.R., dan Bakhtiar, T. (2018). *Market Segmentation and Product Positioning Analysis of Cow Milk Processing Brand E-co Farm Bogor Agricultural University*. *Asian Journal of Scientific Research*,11: 337-343. doi: 10.3923/asjr.2018.337.343.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Safitri, K. (2010, 11 Februari). Tahun 2019, Jumlah Pelanggan Go-Food Naik Dua Kali Lipat. *Kompas*. <https://money.kompas.com./read/2020/02/11/23>