

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada Bab V Kesimpulan dan Saran dibahas mengenai hasil kesimpulan dan saran dari analisis yang telah. Kesimpulan yang diberikan akan menjawab seluruh tujuan yang terdapat pada Bab I. Sedangkan untuk saran diharapkan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Berikut pembahasannya mengenai kesimpulan dan saran.

#### **V.1 Kesimpulan**

Pada bagian pertama ini berisi mengenai kesimpulan. Dimana kesimpulan yang diambil merupakan jawaban dari tujuan penelitian yang ingin dicapai. Berikut merupakan kesimpulan yang bisa diambil berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan.

1. Pada Panti Asuhan Bhakti Luhur Alma (Panti Alma) ditemukan segmentasi lilin aromaterapi minyak jelantah yang dipengaruhi oleh variabel geografis (wilayah), demografis (jenis kelamin dan usia), psikografis (tujuan penggunaan dan dasar pertimbangan), dan *behavior* (lama penggunaan dan lama pembelian kembali). Segmentasi pasar tersebut menghasilkan target pasar dari Panti Alma yaitu konsumen berjenis kelamin perempuan berusia 20-40 tahun di Pulau Jawa khususnya Bandung, tujuan pembelian untuk penggunaan pribadi, kado, atau hampers dengan mempertimbangkan rasa penasaran bahan dasar, peduli lingkungan, tampilan produk, dan aroma dari lilin aromaterapi, dimana lama penggunaan lilin aromaterapi hingga 2-3 bulan dengan adanya minimal 1 kali pembelian ulang dalam 1 tahun. Posisi pasar yang diharapkan oleh Panti Alma adalah komunitas yang memproduksi lilin aromaterapi minyak jelantah dengan tampilan produk menarik dan variasi aroma beragam yang dibuat oleh anak-anak berkebutuhan khusus secara *handmade*.
2. Pada usulan strategi *e-marketing* 4P+P<sup>2</sup>C<sup>2</sup>S<sup>2</sup> didapatkan 23 buah usulan untuk Panti Alma yang terdiri dari 7 usulan *product*, 3 usulan *place*, 2

usulan *promotion*, 1 usulan *price*, 1 usulan *personalization*, 2 usulan *privacy*, 2 usulan *customer service*, 1 usulan *community*, 1 usulan *security*, dan 3 usulan *site design*. Usulan *product* berkaitan dengan kemasan dan pengembangan dari lilin aromaterapi. Usulan *place* berkaitan dengan tempat dan media yang digunakan untuk memasarkan lilin aromaterapi. Usulan *promosi* berkaitan dengan strategi yang digunakan oleh Panti Asuhan Bhakti Luhur Alma untuk menarik perhatian konsumen. Usulan *price* berkaitan dengan harga dari produk. Usulan *personalization* berkaitan dengan strategi Panti Asuhan Bhakti Luhur Alma dalam menggunakan cara khusus untuk mendekati konsumen. Usulan *privacy* dan *security* berkaitan dengan cara Panti Asuhan Bhakti Luhur Alma dalam menjaga rahasia dan keamanan data konsumen. Usulan *customer service* berkaitan dengan pelayanan yang akan diberikan oleh Panti Asuhan Bhakti Luhur Alma kepada konsumen. Usulan *community* berkaitan dengan cara Panti Asuhan Bhakti Luhur Alma dalam membangun hubungan dengan konsumen sebagai komunitas yang saling membantu. Terakhir, usulan *site design* berkaitan dengan tampilan dari media pemasaran yang digunakan.

## V.2 Saran

Pada bagian kedua ini berisi mengenai saran. Saran yang diberikan berdasarkan yang telah penelitian yang dilakukan dan diharapkan dapat dikembangkan untuk penelitian yang akan datang. Berikut saran yang dapat diberikan.

1. Melakukan pengukuran mengenai kualitas dari lilin aromaterapi terhadap kepuasan konsumen.
2. Membuat sistem data yang dapat menampung data konsumen guna menciptakan *customer relationship management* (CRM), yaitu membangun hubungan pelanggan dengan Panti Asuhan Bhakti Luhur Alma jangka panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N., & Fatimah, S. (2023, Juni 14). *Disnakertrans Jabar Berikan Pelatihan Digital Marketing untuk Penyandang Disabilitas*. Diakses pada 16 Juni 2023 melalui [jabar.tribunnews.com](http://jabar.tribunnews.com): <https://jabar.tribunnews.com/2023/06/14/disnakertrans-jabar-berikan-pelatihan-digital-marketing-untuk-penyandang-disabilitas>
- Alika, R. (2021, Agustus 24). *Survei KIC: Konsumen Bersedia Bayar Mahal untuk Produk Berkelanjutan*. Diakses pada 11 Juni 2023 melalui [katadata.co.id](http://katadata.co.id): <https://katadata.co.id/yuliawati/ekonomi-hijau/612499e309ba9/survei-kic-konsumen-bersedia-bayar-mahal-untuk-produk-berkelanjutan>
- Awali, H., & Rohmah, F. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-marketing Pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan ditengah Dampak Covid-19. *Balance Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Concepts and Cases 13th Edition*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Gentles, S. J., Charles, C., Ploeg, J., & McKibbon, K. (2015). Sampling in Qualitative Research: Insights from an Overview of the Methods Literature. *The Qualitative Report*.
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Hooley, G., Piercy, N. F., Nicoulaud, B., & Rudd, J. M. (2017). *Marketing Strategy & Competitive Positioning Sixth Edition*. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Inayati, N. I., & Dhanti, K. R. (2021). Pemanfaatan Minyak Jelantah Sebagai Bahan Dasar Pembuatan Lilin Aromaterapi Sebagai Alternatif Tambahan Penghasilan Pada Anggota Aisyiyah Desa Kebanggan Kec Subang. *Jurnal Budimas Universitas Muhammadiyah Purwokerta*.
- Kalyanam, K., & Mcintyre, S. H. (2002). The E-Marketing Mix : A Contribution of The E-Tailing Wars. *Academy of Marketing Science*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition 15*. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.

- Lee, M., & Johnson, C. (2005). *Principles of Advertising A Global Perspective Second Edition*. New York and London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Mahdi, M. I. (2022, Mei 5). *Konsumsi Minyak Sawit Indonesia Capai 18,5 Juta Ton pada 2021*. Diakses pada 11 Februari 2023 melalui dataindonesia.id : <https://dataindonesia.id/energi-sda/detail/konsumsi-minyak-sawit-indonesia-capai-185-juta-ton-pada-2021>
- Megawati, M., & Muhartono. (2019). *Konsumsi Minyak Jelantah dan Pengaruhnya terhadap Kesehatan* . *Medical Journal Of Lampung University*.
- Moleong, L. J. (1996). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nariswari, S. L. (2022, September 20). *Survei: Konsumen Indonesia Makin Peduli Produk Ramah Lingkungan*. Diakses pada 9 Juni 2023 melalui Kompas.com:<https://lifestyle.kompas.com/read/2022/09/20/184205220/survei-konsumen-indonesia-makin-peduli-produk-ramah-lingkungan?page=all>
- Ningsih, C. (2022, Mei 06). *Erick Thohir Imbau Publik untuk Dukung Pelaku UMKM Difabel*. Diakses pada 11 Juni 2023 melalui republika.com: <https://news.republika.co.id/berita//rbgax4459/erick-thohir-imbau-publik-untuk-dukung-pelaku-umkm-difabel?>
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). *Pentingnya Perilaku Organisasi dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Pesaingan Bisnis di Era Digital*. *Jurnal Logistik Bisnis, Vo. 11*.
- Perreault, W. D., & McCarthy, E. J. (2002). *Basic Marketing: A Global-Managerial Approach*. New York: Mc-Graw-Hill.
- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Setianingsih, Y. (2022, April 15). *Pemprov Jabar Dukung Produk Penyandang Disabilitas Lewat Cara Ini*. Diakses pada 16 Juni 2023 melalui pasjabar.com: <https://pasjabar.com/2022/04/15/pemprov-jabar-dukung-produk-penyandang-disabilitas-lewat-cara-ini/>
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing Seventh Edition*. New Jersey: Perason Education Limited.
- Sutopo, H. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

- Yoshio, A. (2022, Juli 11). *Potensi Minyak Jelantah dari Rumah tangga dan Unit Usaha Mikro (KL/Tahun)*. Diakses pada 11 Februari 2023 melalui [databoks.kata.co.id:databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/11/potensi-minyak-jelantah-di-kota-besar-mencapai-207-ribu-kl](https://databoks.kata.co.id:databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/11/potensi-minyak-jelantah-di-kota-besar-mencapai-207-ribu-kl)
- Yuniwati, M. (2019). Teknologi Pengolahan Pemandatan Limbah Minyak Goreng Bekas Bagi Masyarakat Dusun Ngoto Kelurahan Bangunharjo, Kecamatan Sewon Kabupaten Bantul. *Jurnal Dharma Bhakti-LPPM IST AKRIND Yogyakarta*.