

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Strategi pemasaran yang diterapkan Martabak Babe yaitu menggunakan bauran pemasaran (*marketing Mix*) yang terdiri dari 4P (*product, price, place* dan *promotion*). Dari hasil analisis SWOT yang telah peneliti lakukan, berdasarkan faktor internal kekuatan (*Strength*) memiliki nilai rata-rata 2,28 kelemahan (*Weaknesses*) memiliki nilai rata-rata 0,92 dan kedua faktor internal tersebut berselisih 1,36. Sedangkan faktor eksternal nilai peluang (*Opportunities*) yaitu 1,73 dan ancaman (*threats*) memiliki nilai rata-rata 1,41 dan kedua faktor eksternal tersebut berselisih 0,32. Analisis tersebut menyatakan bahwa Martabak Babe berada pada posisi kuadran I (Positif) dimana hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dari faktor internalnya dan memiliki peluang yang bagus dari faktor eksternalnya.

5.2 SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah lakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak Martabak Babe agar menerapkan inovasi dan variasi baik dari kemasan sehingga dapat memberikan daya tarik bagi konsumen.
2. Pihak Martabak Babe menambah lebih banyak lagi mitra kerja karena hal ini mampu meningkatkan omzet penjualan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dilanjutkan dengan mengembangkan penelitian-penelitian lainnya yakni penelitian mengenai strategi pemasaran dengan pendekatan analisis SWOT atau pendekatan lainnya.