

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai strategi pemasaran usaha Hoya Bakery di Kota Padang dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis faktor internal dan eksternal menunjukkan bahwa Hoya Bakery memiliki kondisi usaha yang cukup kuat dan stabil dengan skor total IFE sebesar 2,76 dan skor total EFE sebesar 2,78. Nilai tersebut menggambarkan bahwa usaha ini dapat memanfaatkan peluang eksternal dengan lebih baik dan memiliki kekuatan internal yang cukup untuk menghadapi berbagai ancaman pasar. Selain itu, faktor internal dengan nilai tertinggi terdapat pada kualitas produk dan inovasi varian roti yang menjadi kekuatan utama dalam mempertahankan keunggulan Hoya Bakery di tengah persaingan pasar. Namun, masih terdapat kelemahan yang perlu diperbaiki terutama dalam hal promosi digital yang dapat mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran.
2. Berdasarkan analisis SWOT dan QSPM strategi pemasaran yang diprioritaskan adalah pengembangan produk sehat dan premium berbasis efisiensi produksi, digitalisasi pemasaran dan pengembangan layanan pemesanan daring, inovasi produk *frozen food* dan modernisasi sistem pengemasan, optimalisasi proses produksi dan pemanfaatan bahan baku lokal, dan penguatan loyalitas pelanggan melalui program *membership* digital.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dijabarkan, terdapat beberapa hal yang bisa disarankan, yaitu:

1. Untuk Hoya Bakery, disarankan agar meningkatkan kapasitas internal melalui penguatan manajemen promosi digital, diversifikasi bahan baku untuk mendukung kualitas dan ketahanan produk, serta menjaga konsistensi mutu agar dapat memaksimalkan kekuatan yang dimiliki.
2. Untuk Hoya Bakery, disarankan mengimplementasikan strategi prioritas Untuk Hoya Bakery, disarankan mengimplementasikan strategi prioritas yaitu mengembangkan produk sehat dan premium dengan efisiensi produksi.

Strategi ini dapat dijalankan melalui inovasi resep dan bahan baku sehat, efisiensi proses produksi dengan cara penerapan standar operasional produksi yang lebih sistematis dan penggunaan alat semi otomatis, standarisasi kualitas produk dengan pengawasan dan kontrol mutu rutin, dan uji pasar serta promosi edukatif.

