

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan yaitu:

1. Dari faktor internal usaha Gula Semut Simanis yang menjadi kekuatan utama yaitu: produk memiliki kualitas unggul karena menggunakan bahan baku dari kebun sendiri, memiliki legalitas atau sertifikat yang lengkap, kemasan dan branding yang sudah menarik dan informatif, memiliki tenaga kerja produksi yang sudah ahli, dan didukung oleh penetapan target pasar (*segmentation, targeting, positioning*) yang jelas dan berlokasi yang strategis. Sedangkan kelemahannya yaitu: usaha ini memiliki keterbatasan variasi (hanya ada 1 varian produk dan 1 ukuran), tidak adanya pekerja khusus yang menangani promosi dalam bidang pemasaran *online* di media sosial, sehingga cakupan wilayah pemasaran yang terbatas.

Dari faktor eksternal Usaha Gula Semut Simanis yang menjadi peluangnya ialah: Gula Semut Simanis memiliki kesempatan besar untuk menjadi pemimpin pasar di wilayah Nagari Lawang. Dukungan pemerintah melalui pameran dan bazar serta tersedianya teknologi *marketplace* dan jasa pengiriman yang dapat memperluas jangkauan pasar ke luar daerah. Sedangkan ancaman yang dihadapi usaha Gula Semut Simanis yaitu: terjadinya fluktuasi kunjungan wisatawan dan ketergantungan distribusi pada dua toko pedagang pengecer yang membuat penjualan menjadi tidak stabil. Selain itu, terdapat persaingan berebut tempat strategis dengan pesaing di Nagari Lawang dan risiko beralihnya konsumen yang tidak loyal yang akan menjadi tantangan tersendiri.

2. Berdasarkan hasil dari penelitian didapatkan enam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh usaha Gula Semut Simanis diantaranya yaitu: (1) Memaksimalkan penjualan pada musim liburan dan lebaran dengan menjual produk di lokasi yang strategis pada pusat toko oleh-oleh wisatawan dengan kemasan yang menarik dan menggunakan pembayaran digital. (2) Membangun posisi merek (*branding*) sebagai pemimpin pasar lokal melalui

edukasi gaya hidup sehat dengan target konsumen menengah ke atas. (3) Mengoptimalkan nilai merek, lokasi yang strategis untuk memenangkan perebutan pasar lokal di lokasi yang sama di Nagari Lawang. (4) Merekrut tenaga kerja khusus pemasaran untuk mengelola akun *marketplace* secara konsisten dan mengelola pasar digital. (5) Merancang variasi ukuran kemasan yang lebih ekonomis dan mengembangkan varian produk agar produk tetap terjangkau oleh masyarakat lokal yang mengalami penurunan daya beli. (6) Memanfaatkan program pelatihan digital dan dukungan pemerintah untuk meningkatkan keterampilan SDM internal dalam mengelola promosi media sosial.

Dari beberapa strategi yang didapatkan strategi utama yaitu memaksimalkan penjualan pada musim liburan dan lebaran dengan menjual produk di lokasi yang strategis pada pusat toko oleh-oleh wisatawan dengan kemasan yang menarik dan menggunakan pembayaran digital. Strategi ini mempunyai nilai TAS tertinggi sebesar 6,288.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian beberapa saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk kesimpulan pertama saran yang dapat diberikan kepada:
 - a. Pelaku usaha Gula Semut Simanis yaitu segera membuka toko di *marketplace* untuk menjangkau konsumen luar daerah, sehingga penjualan tidak lagi bergantung kepada fluktuasi wisatawan dan dua toko pedagang pengecer, mencoba memproduksi variasi ukuran kemasan dan menambah varian produk, dan disarankan untuk merekrut tenaga kerja untuk mengelola akun media sosial dan *marketplace* secara konsisten.
 - b. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk memperdalam topik penelitian tentang analisis kelayakan usaha, dan melakukan riset tentang perilaku konsumen dan loyalitas konsumen.
 - c. Untuk pemerintah saran yang dapat diberikan berupa mengadakan program pelatihan dan pendampingan mengenai digital marketing, melibatkan dan memprioritaskan usaha mikro dan kecil yang berada di

daerah Nagari Lawang terkhususnya usaha Gula Semut Simanis agar dapat membantu memperluas jaringan pemasaran.

2. Untuk kesimpulan kedua saran yang dapat diberikan kepada:
 - a. Pelaku usaha Gula Semut Simanis yaitu memprioritaskan strategi yang sudah dirumuskan yaitu memaksimalkan penjualan pada musim liburan dan lebaran dengan menjual produk di lokasi yang strategis pada pusat dua toko oleh-oleh wisatawan dengan kemasan yang menarik dan menggunakan pembayaran digital.
 - b. Untuk peneliti diharapkan dapat melakukan penelitian lanjutan untuk mengukur tingkat efektivitas dan dampak nyata terhadap omzet penjualan setelah strategi utama diterapkan oleh pelaku usaha.
 - c. Untuk pemerintah yaitu memberikan dukungan gerakan branding produk lokal melalui kampanye gaya hidup sehat atau produk organik.

