

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian Strategi Pemasaran usaha Ladu Arai Pinang One di Kota Pariaman didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal usaha Ladu Arai Pinang One menghasilkan nilai IFE sebesar 2,716 yang mengartikan Usaha Ladu Arai Pinang memiliki posisi internal yang kuat karena mampu menggunakan kekuatan internal yang dimiliki untuk mengurangi kelemahan internal yang dimiliki, sedangkan hasil nilai EFE sebesar 2,737 yang mengartikan usaha Ladu Arai Pinang One merespon dengan kuat terhadap peluang eksternal dan ancaman eksternal.
2. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan empat strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan oleh usaha Ladu Arai Pinang One di Kota Pariaman ialah **Strategi SO**: Memperluas pasar produk dan meningkatkan jumlah pedagang pengecer dengan memanfaatkan kualitas produk yang dimiliki, **Strategi WO**: Memakai sistem pembayaran digital pada usaha dan tanggal kadaluwarsa pada kemasan produk usaha, **Strategi ST**: Memvariasikan ukuran kemasan produk dengan harga lebih terjangkau agar dapat bersaing dengan pesaing sejenis, **Strategi WT**: Mengaktifkan kembali media sosial dan mengoptimalkan promosi offline dan online. Strategi yang menjadi prioritas utama adalah **Strategi SO**: Memperluas pasar produk dan meningkatkan jumlah pedagang pengecer dengan memanfaatkan kualitas produk yang dimiliki, yang dijadikan sebagai strategi prioritas yang dapat diimplementasikan oleh usaha Ladu Arai Pinang One.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian beberapa saran yang dapat diberikan kepada usaha Ladu Arai Pinang One yaitu:

1. Diharapkan usaha Ladu Arai Pinang One dapat menerapkan strategi-strategi pemasaran yang telah dihasilkan sesuai dengan urutan strategi prioritas, strategi utama yaitu memperluas pasar produk dan meningkatkan jumlah pedagang pengecer dengan memanfaatkan kualitas produk yang dimiliki.

2. Usaha Ladu Arai Pinang One hendaknya membuat pencatatan keuangan yang baik sesuai dengan pencatatan akuntansi agar dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan dimasa yang akan datang.
3. Mengaktifkan kembali media sosial dan mengoptimalkan promosi offline dan online sehingga bisa dijadikan media promosi untuk menarik konsumen yang lebih luas.

