

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, Agroindustri Cinta Manis telah menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P dengan baik dalam memasarkan produknya dimana aspek-aspek yang telah berkategori baik meliputi aspek produk (*product*), aspek harga (*price*), aspek tempat dan distribusi (*place and distribution*), aspek orang/tenaga kerja (*people*), aspek proses (*process*), dan aspek bukti fisik (*physical evidence*), sedangkan pada aspek promosi (*promotion*) dalam kategori tidak baik.
2. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan Agroindustri Cinta Manis menurut tanggapan konsumen secara keseluruhan belum berjalan dengan baik terutama pada aspek *promotion* yang berkategori tidak baik. Aspek-aspek yang berkategori kurang baik meliputi aspek *product*, *price*, *place and distribution*, dan *physical evidence*, sedangkan aspek *people* dan *process* telah berkategori baik.
3. Berdasarkan analisis strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) menurut tanggapan konsumen, direkomendasikan bahwa Agroindustri Cinta Manis dapat menjalankan dan mempertahankan aspek-aspek bauran pemasaran yang telah berkategori baik antara lain yaitu, aspek *people* dan aspek *process*, namun tidak menutup kemungkinan untuk kedua aspek tersebut dapat ditingkatkan menjadi lebih baik. Disamping itu, Agroindustri Cinta Manis perlu membenahi aspek-aspek bauran pemasaran yang berkategori

kurang baik antara lain yaitu, aspek *product, price, place and distribution, physical evidence*, dan aspek yang berkategori tidak baik yaitu aspek *promotion*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti merekomendasikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Agroindustri Cinta Manis sebaiknya perlu mempertimbangkan tanggapan konsumen mengenai penerapan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P agar strategi yang dijalankan tepat sasaran dan dapat menarik minat pembeli sehingga volume penjualan dapat meningkat. Beberapa hal yang perlu dibenahi oleh agroindustri ini yaitu sebagai berikut.
 - a. Aspek *product*, produsen hendaknya mengubah jenis kemasan dan membuat desain khusus pada kemasan untuk masing-masing jenis produk serta membuat varian ukuran kemasan agar konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam membeli. Produsen juga sebaiknya melengkapi isi label dan membuatnya lebih menarik.
 - b. Aspek *price*, produsen hendaknya perlu memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu dan pada waktu-waktu tertentu sebagai salah satu ajang promosi.
 - c. Aspek *place and distribution*, produsen hendaknya melakukan lebih banyak usaha untuk menjalin kerja sama (mitra) dengan distributor dan kedai-kedai atau toko agar konsumen lebih mudah dalam menjangkau produk.

- d. Aspek *promotion*, produsen hendaknya melakukan promosi yang lebih intensif dan bervariasi dengan memanfaatkan media sosial seperti *Whatsapp, Instagram, Facebook* dan lain-lain.
 - e. Aspek *people*, produsen dapat menjalankan dan mempertahankan strategi yang telah diterapkan karena secara umum telah berjalan dengan baik.
 - f. Aspek *process*, produsen dapat menjalankan dan mempertahankan strategi yang telah diterapkan karena secara umum telah berjalan dengan baik.
 - g. Aspek *physical evidence*, produsen hendaknya selalu menjaga kebersihan tempat usaha dan membuat identitas usaha berupa papan nama dan penunjuk jalan yang mengarah pada lokasi usaha.
2. Pemerintah daerah hendaknya dapat membuat kebijakan-kebijakan yang dapat digunakan untuk industri-industri kreatif sebagai ajang mempromosikan produk mereka agar lebih dikenal dan dapat mengjangkau pasar yang lebih luas misalnya kegiatan *baazar*.