

BAB V

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- 1) Adapun hasil analisis data dan perhitungan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan penerapan model analisis TOWS terhadap hasil dari strategi memasarkan produk. Perbedaannya dapat dilihat dari hasil penelitian strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan selamanya nilai penjualannya menurun dan tidak mempunyai strategi apapun, sedangkan untuk mengatasi permasalahan tersebut mencapai eksperimen yaitu mengembangkan strategi ;
 - a) SO (Aggressive Strategy): memanfaatkan kekuatan internal untuk bisa berkembang memanfaatkan peluang
 - b) ST (Diversification strategy): Memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari ancaman yang ada di luar.
 - c) WO (Turn Around) : strategi untuk memperbaiki kelemahan dengan peluang yang ada.
 - d) WT (Defensive strategy): Strategi untuk bertahan untuk mengurangi kesalahan atau kelemahan suatu perusahaan dan meminimalkan ancaman yang mungkin ada.
- 2) Untuk peningkatan nilai produk dan mengolah bahan baku produk pisang mendapatkan hasil eksperimen yaitu pisang kremes dengan mengolah bahan bakunya dan mendapatkan produk baru yang mendapatkan nilai jual terbilang tinggi dari keripik pisang melalui kuisioner yang dibagikan dan diisi langsung oleh konsumen.

5.2 Saran

Saran yang diberikan di strategi pemasaran dan pengembangan produk menggunakan analisis TOWS dan metode R&D ini yaitu :

1. Penggunaan modul analisis TOWS yang dieksperimenkan lebih efisien daripada semula yang tidak menerapkan strategi apapun dalam menjalankan strategi bisnisnya.
2. Pengembangan produk menggunakan metode R&D dengan produk barunya akan masuk pasar dan meningkatkan pemasukan perusahaan.
3. Pengembangan produk dan strategi pemasaran ini dapat dikembagkan menggunakan materi lain yang memiliki karakteristik yang sama dengan materi ini.