

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti melalui wawancara dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM Nawasena Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen” diperoleh kesimpulan berupa faktor internal dan faktor eksternal yang bisa mempengaruhi peningkatan bisnis. Faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, faktor-faktornya yakni bahan baku higienis, banyak varian rasa, harga yang terjangkau, lokasi strategis dan dapat dilihat di Google Maps, adanya promosi produk, sering terjadi menu yang kosong, kurangnya modal usaha, kurang nyaman berkomunikasi karena lokasi dekat dengan jalan raya, alat dan mesin terkadang rusak.

Adapun faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, faktornya bahan baku mudah di dapat, bisa melakukan pembayaran elektronik seperti Dana, Ovo, selalu membuat inovasi produk baru setiap harinya, cita rasa yang berbeda dari toko roti lainnya, jumlah karyawan yang cukup, adanya peniru produk, harga bahan produksi yang tidak stabil, adanya komplain kepada karyawan, persaingan dari perusahaan lain.

Strategi yang diperlukan dengan menggunakan diagram Cartesian untuk mengembangkan usaha ini berada pada wilayah Kuadran I. Posisi ini mewakili situasi yang menawarkan peluang karena menawarkan kekuatan dan peluang. Di mana Anda dapat memanfaatkan kekuatan ini dengan sebaik-baiknya untuk menjalankan strategi Anda

Kami akan mempromosikan pengembangan bisnis ini. Arah strategis yang tepat adalah: meningkatkan kualitas produk, menambah varian rasa dengan ukuran dan harga yang berbeda, mengubah kemasan produk, memperpanjang umur simpan produk, dan strategi pemasaran (pertumbuhan) diharapkan menjadi lebih dinamis dan inovatif. Teknologi dan pemeliharaan memungkinkan hubungan konsumen yang baik.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, kami dapat memberikan beberapa saran kepada UMKM Nawasena:

1. Meningkatkan baik perilaku karyawan maupun kualitas produk pelayanan kepada konsumen untuk bertahan dari banyaknya persaingan komersial khususnya di bakery.
2. Ke depan, perusahaan akan lebih aktif menggunakan media sosial, melakukan promosi melalui media sosial, membuka cabang baru bila diperlukan, meningkatkan produksi, dan merekrut karyawan, terutama pengelola media sosial. , sehingga dapat memanfaatkan kemajuan teknologi dengan mempertahankan harga jual yang terjangkau.
3. Bisnis diuntungkan karena dapat menampilkan tanggal kedaluwarsa pada kemasan produk dan perlu meningkatkan keterampilan staf dan manajemen untuk mendukung penerapan strategi pemasaran roti.