

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya Tugas akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Minyak Goreng Kelapa Pada “UPH Minyak Kelapa Perdana” Di Desa Sumber Ayu, Kec. Moyudan, Kab. Sleman, DIY” dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari data hasil analisis dan hasil dari pembahasan dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dan keuntungan UPH minyak kelapa, yang dimana telah dilakukan analisis internal dan eksternal dan didapat bahwa pada internalnya terdapat beberapa kelemahan yaitu: Terlalu banyak hal yang dikerjakan, produksi bergantung pada pre-order, kurangnya pengetahuan IT, modal usaha terbatas, tidak ada keragaman pada produk minyak goreng kelapa produk sedangkan eksternalnya terdapat beberapa ancaman yaitu: Adanya pesaing produk, adanya potensi produk minyak goreng kelapa mudah ditiru, kompetitor membuka toko di lokasi terdekat, dan adanya tekanan dalam minyak kelapa sawit.
2. Alternatif strategi pemasaran UPH Minyak Kelapa Perdana digambarkan dengan menggunakan Matriks SWOT. Matriks ini dapat menghasilkan empat alternatif strategi yang terdiri dari strategi SO, strategi WO, strategi WT, dan strategi ST. Berdasarkan hasil analisis menggunakan kuadran SWOT, maka rekomendasi strategi formulasi

SWOT yang artinya memanfaatkan kekuatan untuk merebut peluang. Beberapa komponen strategi SO,WO,WT dan ST yang harus dilakukan oleh UPH Minyak Kelapa Perdana dalam pemasaran minyak goreng kelapa pada strategi SO yaitu: menggunakan media sosial untuk mempromosi, sedangkan WO yaitu: membuat variasi ukuran dan harga konsumen memiliki banyak pilihan, dan untuk WT adalah menjalin kerjasama dengan pedagang yang ada di dalam kota maupun di luar kota agar dapat memperluas wilayah distribusi dan yang terakhir ada ST adalah Menjaga stock produk agar tetap tersedia jika ada konsumen yang membutuhkan.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan UPH Minyak Kelapa Perdana selalu meningkatkan pemasarannya baik *online* maupun *offline*, lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan maupun konsumen baru, serta meningkatkan varian produk UPH Minyak Kelapa Perdana dalam membantu tercapainya kepuasan konsumen dan diharapkan dapat menambah karyawan baru di UPH Minyak Kelapa Perdana.
2. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan, maka diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melanjutkan penelitian ini dengan mengukur dari aspek yang berbeda dan metodologi yang berbeda.
3. Dengan kondisi semacam ini, diharapkan bahwa strategi pemasaran *online* di UPH Minyak Kelapa Perdana lebih dimaksimalkan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara membuat video pemasaran dan profil yang menarik sehingga dapat meningkatkan volume penjualan di UPH Minyak Kelapa Perdana.