

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dapat dilihat berdasarkan hasil dari analisis data pada bab sebelumnya maka strategi pemasaran Martabak Manis El-Gans dapat disimpulkan:

1. Penyebab faktor internal dan eksternal dimana kondisi seperti ini usaha yang sedang dijalani sedang berada posisi bagian kuadran 2 (Strategi diversifikasi). dimasa pertumbuhan dan dimana usaha yang dilakukan sedang memperluas pangsa pasar dengan memasarkan produk tersebut.
2. Berdasarkan analisis dipeoleh QSPM perolehan nilai strategi alternatif tertinggi adalah 5.78 yaitu “Memanfaatkan aplikasi dari online shop agar nama brand semakin dikenal oleh masyarakat luas”.

Dengan cara memberikan banyak promo melalui sosial media serta menambahkan varian rasa atau topping tambahan untuk menarik minat masyarakat.

5.2. Saran

Saran yang cocok untuk ditunjukkan berdasarkan hasil analisis ini ialah:

1. Sebaiknya usaha mengaplikasikan strategi alternatif yang telah di buat yaitu strategi alternatif S-O, karena didalamnya bertujuan untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Martabak Manis El-Gans dan juga strategi ini diaplikasikan berdasarkan pemanfaatan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan.
2. Melakukan promosi dengan cara memberikan diskon berupa paket yang isi didalamnya sudah dapat martabak manis dan martabak manis mini, guna semakin dikenalnya nama brand.
3. Menambah varian topping dari martabak manis dengan tujuan agar masyarakat tidak bosan dengan bentuk atau isiannya.