

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada bab ini akan diberikan kesimpulan dari rumusan masalah pada penelitian ini. Kesimpulan yang diberikan mencakup identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, penyebab promosi tidak maksimal, serta alternatif strategi terbaik bagi CV. Sarana Cipta Mandiri. Berikut ini adalah kesimpulannya:

- a. Menentukan faktor yang mempengaruhi penjualan di CV. Sarana Cipta Mandiri dengan menggunakan metode SWOT, dengan cara melakukan wawancara dengan pemilik CV. Hasil dari wawancara tersebut mendapatkan beberapa faktor yaitu Persaingan bisnis sabun cuci baju sangat ketat, pemasaran pesaing lebih luas, persaingan harga dengan para pesaing yang lebih terjangkau serta fluktuasi (naik/turun) harga bahan baku.
- b. Menentukan faktor yang menyebabkan promosi tidak maksimal di CV. Sarana Cipta Mandiri dengan menggunakan metode SWOT, dengan cara melakukan wawancara dengan pemilik CV. Hasil dari wawancara tersebut mendapatkan beberapa faktor yaitu Produk sabun cuci baju ini belum ada di *e-commerce*, Pemesanan produk sabun cuci baju hanya melalui aplikasi WhatsApp, Produk sabun cuci baju ini belum memiliki digital marketing, Pemasaran produk sabun cuci baju terbatas.
- c. Menentukan alternatif terbaik untuk alternatif strategi yang sesuai atau terbaik bagi CV. Sarana Cipta Mandiri dengan menggunakan metode QSPM, dan hasil dari analisis QSPM tersebut adalah yaitu Menganalisis strategi promosi untuk menentukan harga yang optimal dan menambah minat konsumen (strategi utama), Memberikan opsi kepada konsumen dalam pembelian dan pelayanan terhadap konsumen, Menganalisis platform media sosial yang relevan untuk menjelaskan kualitas produk, Menjelaskan bagaimana mempresentasikan produk yang menarik dan dapat menarik daya beli konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditulis oleh peneliti, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan dapat digunakan untuk pengembangan usaha sabun *cuci baju* CV. Sarana Cipta Mandiri, sarannya yaitu :

1. CV. Sarana Cipta Mandiri diharapkan tetap menjaga kualitas sabun agar tetap bersaing dengan produk sabun yang lain.
2. CV. Sarana Cipta Mandiri diharapkan dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan maksimal dalam melakukan promosi seperti memanfaatkan media sosial dan *e-commerce* yang ada agar ruang lingkup pemasarannya lebih luas lagi.

