

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk Tunglee dan Yolico, yaitu:

1. Letak pemasaran yang strategis yang diperoleh pada wawancara perhitungan data menggunakan Variabel *Marketing Mix* 4P dan metode SWOT dalam penjualan produk Tunglee dan Yolico terdapat pada kuadran 1 (strategi agresif) dengan nilai total faktor internal senilai 1,05 dan faktor eksternal senilai 0,35.
2. Empat jenis kuadran pada strategi yang diperoleh dari hasil wawancara dan perhitungan data:
 - a. Strategi SO (kuadran 1). Strategi ini menggunakan kekuatan untuk mengambil dan memakai peluang semaksimal mungkin supaya dapat bertahan pada *brand* yang diteliti. Dalam perhitungan ini, strategi yang diperoleh adalah menjaga kualitas dan cara promosi yang baik pada konsumen agar kepuasan konsumen tetap terjaga serta memperluas pengetahuan mengenai spesifikasi produk kepada pegawai agar promosi dapat berjalan dengan baik.
 - b. Strategi ST (kuadran 2). Strategi ini memakai kekuatan perusahaan supaya mengurangi ancaman yang ada, dalam pembahasan ini strategi yang diperoleh adalah menetapkan kebijakan yang baik dalam menentukan harga, mampu bersaing dalam kegiatan promosi dengan kompetitor serta memahami kebutuhan konsumen dan memberikan penawaran yang menggiurkan.
 - c. Strategi WO (kuadran 3). Strategi ini ditetapkan dengan memakai peluang yang ada dengan mengurangi kelemahan, dalam pembahasan ini strategi yang diperoleh adalah dengan memberdayakan sumber daya manusia demi mengatasi berbagai macam komplain dari konsumen serta mencari cara alternatif untuk meyakinkan konsumen bahwa harga dibawah rata-rata tidak menentukan kualitas dan ketahanan produk.

- d. Strategi WT (kuadran 4). Strategi ini didasarkan pada perolehan kegiatan yang bersifat defensif/bertahan dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman, dalam pembahasan ini strategi yang diperoleh tersebut yaitu membuat perencanaan terkait jika harga dari produsen naik kembali dan mempunyai solusinya, memberikan penawaran yang lebih menarik kepada konsumen serta meminimalisir komplain dari konsumen.
3. Harga produk Tunglee dan Yolico dilakukan perbandingan terhadap Harga pesaing agar kegiatan Promosi dapat berjalan dan Konsumen menjadi tertarik untuk membeli produk perusahaan.

5.2 Saran

Saran yang penulis berikan berdasarkan hasil penelitian adalah:

1. Melaksanakan usulan strategi berdasarkan penelitian dan strategi yang baik untuk dilakukan adalah strategi SO, strategi ini digunakan untuk menaikkan penjualan pada PT. Cipta Mandiri Elektrindo merupakan produk Tunglee dan Yolico, strategi ini dilaksanakan dari berbagai pemanfaatan peluang dengan memperkuat kekuatan, strategi pemanfaatan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam kegiatan promosi dapat membantu meningkatkan penjualan yang sempat turun sejak pandemi COVID-19.
2. Untuk penelitian selanjutnya pengolahan data menggunakan variabel *marketing mix* 4p dapat di tingkatkan menjadi variabel *marketing mix* 7p agar hasil penelitian lebih mudah dipahami dan lebih lengkap.