

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan uraian pembahasan dan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran penjualan pakan udang kebutuhan tambak pada Toko Timbul (Studi Kasus: Bratasena Adiwarna, Kecamatan Dente Telades, Kabupaten Tulang Bawang) diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Strategi yang diterapkan oleh toko timbul agar menjadi unggul dari pesaing adalah mengenali target pasar, menerapkan inovasi produk, menjaga kualitas produk, melakukan promosi dan diskon, menjaga kualitas pelayanan, dan menjalin Kerjasama dengan prodaktor pakan udang kebutuhan tambak. Produk yang dijual pada Toko timbul memiliki kelebihan berupa variasi produk yang banyak srta kualitas yang baik dengan harga yang premium menyesuaikan dengan permintaan dan musim. namun Toko Timbul telah memiliki pelanggannya tersendiri sehingga tidak menjadi ancaman bagi Toko Timbul.
2. Pemasaran penjualan pakan udang kebutuhan tambak pada Toko Timbul (Studi Kasus: Bratasena Adiwarna, Kecamatan Dente Telades, Kabupaten Tulang Bawang) diperoleh kesimpulan bahwa harga yang ditawarkan oleh Toko Timbul sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan, karena Toko Timbul memiliki kualitas produk yang baik dengan variasi pilihan produk yang banyak. Selanjutnya promosi Toko Timbul dilakukan di media sosial sehingga menarik pelanggan. Penjualan produk di Toko Timbul ada yang langsung ke konsumen dan ada yang melalui agen. Toko Timbul perlu menjaga kualitas produk, variasi produk, dan promosi yang menarik supaya memperoleh lebih banyak pelanggan. Selain itu, Toko Timbul juga perlu menghindari kenaikan harga yang tidak sesuai dengan pasaran sehingga pelanggan akan bertambah banyak lagi.
3. Analisis SWOT Toko Timbul berada pada strategi pemasaran penjualan pakan udang kebutuhan tambak pada Toko Timbul (Studi Kasus: Bratasena Adiwarna, Kecamatan Dente Telades, Kabupaten Tulang Bawang) adalah 1) Kekuatan, berupa produk yang dijual memiliki kualitas yang baik, produk yang dijual bervariasi, harga yang ditawarkan sesuai dengan produk yang ditawarkan 2) Kelemahan, Promosi yang dilakukan

masih sebatas di 2 media sosial yaitu Facebook dan WhatsApp dan Belum memiliki jasa antar barang kepada konsumen. 3) Peluang, memiliki hubungan kerja sama dengan prodaktor pakan udang kebutuhan tambak sehingga tidak khawatir mengenai stok produk, memiliki kepercayaan pelanggan tetap, mulai melakukan promosi di media sosial, 4) Ancaman, Toko Timbul memiliki pesaing dikarenakan berada di Lokasi yang strategis sehingga terdapat beberapa penjual pakan udang kebutuhan tambak dilingkungan Toko Timbul.

## **B. Saran**

Berdasarkan uraian Kesimpulan, saran pada penelitian ini adalah:

1. Bagi pemilik Toko Timbul, diharapkan dapat menerapkan hasil analisis SWOT ada penelitian ini, sehingga dapat memberikan dampak baik, meningkatkan penjualan, dan menjadi referensi mengenai strategi pemasaran bagi Toko Timbul.
2. Bagi penjual pakan udang kebutuhan tambak, diharapkan bagi penjual pakan udang kebutuhan tambak dapat menerapkan strategi pemasaran sehingga dapat menjual produk yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan konsumen, harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan meningkatkan angka penjualan, serta menambah pelanggan pada toko pakan udang kebutuhan tambak.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas objek dan subjek penelitian mengenai strategi pemasaran pada toko atau perusahaan yang lebih besar dan lebih maju sehingga dapat mengetahui lebih luas mengenai strategi pemasaran.