

BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan di UKM Aan dapat disimpulkan:

1. Dimana rata-rata produksi roti kombinasi ini setiap harinya sekitar 1600 bungkus dan rata-rata yang terjual sekitar 1470 bungkus perhari berarti selisih yang diproduksi dan yang terjual sekitar 131 bungkus per hari. Kerugian yang diakibatkan roti bekas dikembalikan $131 \times \text{Rp. } 6037 = \text{Rp. } 790.847$ per hari
2. Didapatlah strategi pemasaran berdasarkan analisis dan hasil kuesioner yaitu yang pertama, menciptakan produk lain dengan varian rasa berbeda dengan cara memisahkan enam rasa yang terdapat di roti kombinasi menjadi enam roti dengan rasa yang berbeda-beda sehingga konsumen dapat memilih rasa yang mereka suka dan yang kedua memberikan potongan harga pada pelanggan (tanpa pengembalian) sesuai dengan banyaknya pengambilan tetap agar dapat bersaing dengan saingan terbesar dengan memberikan potongan harga dengan pelanggan sesuai dengan banyaknya pengambilan
3. Rata-rata jumlah roti bekas yang dikembalikan sebelum implementasi sebanyak 131 bungkus dan setelah dilakukan implementasi dengan strategi pemasaran roti bekas yang dikembalikan berkurang menjadi 84 bungkus.
4. Sebelum dilakukan implementasi jumlah keuntungan AAN Bakery sebesar Rp. 110.679.134 perbulan dan setelah dilakukan implementasi dengan strategi pemasaran yang baru menjadi meningkat sebesar Rp. 125.929.134 berarti selisih setelah implementasi sebesar Rp. 15.250.000.

6.2 Saran

6.2.1 Saran untuk UKM Aan

Sebaiknya Strategi pemasaran ini diterapkan terus menerus agar penjualan roti kombinasi meningkat yang menyebabkan meningkatnya keuntungan UKM Aan

dan juga terapkan juga strategi-strategi yang lain agar dapat bersaing dengan UKM Roti yang lain.

6.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Saran yang diberikan untuk pengembangan penelitian adalah sebaiknya strategi pemasaran ini dikembangkan lagi.