

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Pada perancangan strategi pemasaran dapat dilakukan dengan langkah awal yaitu dari mengumpulkan data mulai faktor jenis internal dan eksternal dari objek penelitian. Penelitian kali ini, akan menggunakan objek penelitian IKM Sinar Mas di Kabupaten Malang. Data yang didapatkan adalah data untuk faktor internal dan faktor eksternal dari IKM Sinar Mas berkaitan dengan keadaan pandemi *Covid-19*. Berikut merupakan beberapa kesimpulan yang didapat diberikan pada penelitian ini.

1. Dalam menentukan strategi pemasaran yang dibutuhkan oleh IKM Sinar Mas akan dibantu dengan menggunakan bauran pemasaran, bauran pemasaran dapat membantu dalam menentukan suatu strategi dalam berbagai aspek yang terkandung dalam 4P (*product, price, place, dan promotion*). Kemudian strategi-strategi tersebut melalui proses wawancara dengan pemilik IKM yang dapat menentukan strategi paling memungkinkan untuk diimplementasikan ke IKM Sinar Mas.
2. Dalam merancang strategi pemasaran maka akan dibutuhkan analisis SWOT dengan menggunakan metode SWOT, akan didapat hasil sebagai berikut yaitu menjaga kualitas produk pakan dengan menggunakan bahan baku alami/herbal, memperluas pasar penjualan secara offline dan berkerjasama dengan *place*, memberikan kemudahan seperti harga yang terjangkau dan *packaging* yang praktis, dan menambahkan varian jenis pakan burung yang baru. Dengan begitu akan membantu IKM Sinar Mas dalam menghadapi permasalahan seperti pandemi *covid-19* ataupun wabah pandemi yang akan datang.
3. Kemudian dalam merancang usulan perbaikan untuk pengendalian kualitas akan dibutuhkan analisis FMEA, dengan menggunakan metode FMEA maka akan didapatkan hasil sebagai berikut ini penggantian

kemasan produk yang baru, melakukan proses sangrai dan pendinginan dengan waktu lebih lama, dan melakukan pengawasan saat proses produksi. Dengan begitu akan mengurangi jumlah kegagalan selama proses produksi pada IKM Sinar Mas.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan pada IKM Sinar Mas, terdapat beberapa saran bisa dijalankan untuk penelitian yang selanjutnya. Berikut saran yang dapat dijalankan :

1. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan untuk mengambil objek penelitian IKM sejenisnya agar perbaikan strategi pemasaran lebih akurat.
2. Pada penelitian yang selanjutnya, diharapkan untuk peneliti dapat melaksanakan implementasi lebih dari satu bulan agar mendapatkan perbandingan sebelum dan sesudah implementasi lebih signifikan dan tentunya lebih maksimal.