

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk kompor minyak tanah pada *HOME INDUSTRY* Bintang Tiga Malang, melalui proses pengumpulan data, wawancara, observasi, serta analisis menggunakan metode SWOT dan QSPM, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yang berkaitan dengan penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk kompor minyak tanah. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan produk kompor minyak tanah pada *HOME INDUSTRY* Bintang Tiga Malang.
2. Penerapan bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi membantu perusahaan dalam menarik minat konsumen dan memperluas pasar.
3. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing usaha.
4. Berdasarkan hasil analisis QSPM, strategi yang paling tepat untuk diterapkan adalah strategi pengembangan pasar, karena memiliki nilai TAS tertinggi yaitu 7,03.

5. Meskipun terdapat persaingan dari kompor modern seperti kompor gas dan listrik, kompor minyak tanah masih memiliki peluang pasar tertentu, terutama pada masyarakat dengan kebutuhan dan daya beli tertentu.

5.2 Saran

Berdasarkan fokus, tujuan, dan ruang lingkup penelitian dalam proposal ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

a. Bagi *HOME INDUSTRY* Bintang Tiga Malang

1. Disarankan agar perusahaan lebih mengoptimalkan penerapan strategi pemasaran, khususnya pada aspek promosi dan distribusi, dengan memanfaatkan media sosial atau saluran pemasaran digital agar jangkauan pasar menjadi lebih luas.
2. Perusahaan perlu mempertahankan kualitas produk kompor minyak tanah serta menyesuaikan harga agar tetap kompetitif dan sesuai dengan daya beli konsumen sasaran.
3. Hasil analisis SWOT diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi untuk memperkuat keunggulan dan meminimalkan kelemahan dalam kegiatan pemasaran.