

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis data yang dilakukan, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Adapun faktor internal yang memengaruhi strategi pemasaran pada Bakpia Pathok 25 adalah, rasa produk yang enak, harga mudah dijangkau oleh konsumen, pilihan varian rasa produk bervariasi, fasilitas parkir toko/*outlet* luas, kurang higienis, pelayanan karyawan kurang ramah, tidak tahan lama, beban atau *job desc* dari karyawan cukup berat, dan tidak membebankan pajak pada konsumen, sepenuhnya ditanggung perusahaan Adapun faktor eksternal yaitu, banyaknya media promosi yang tersedia, daya beli konsumen terhadap produk tinggi, supplier bahan baku lancar, menjadi oleh-oleh khas Kota Yogyakarta, menyerap tenaga kerja yang dapat mengurangi pengangguran, *trend* teknologi yang ada saat ini, adanya resesi ekonomi nasional, adanya kompetitor di bidang yang sama dan kebijakan birokratis pemerintah yang tidak adil
2. Melalui hasil penelitian dengan analisis SWOT pada Bakpia Pathok 25, diketahui bahwa penerapan strategi yang efektif pada perusahaan yaitu menggunakan *Growth Oriented Strategy*. Hal itu dikarenakan diagram *cartecius* tersebut menunjukkan nilai total skor tertinggi, yaitu berada pada kuadran pertama dengan situasi yang menguntungkan. Bakpia Pathok 25 memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada sekaligus mampu meminimalkan kelemahan dengan mengantisipasi berbagai macam ancaman dari luar.
3. Hasil analisis PESTLE pada Bakpia Pathok 25 diketahui faktor eksternal secara lebih luas dilihat dari luar perusahaan seperti perspektif secara politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum dan juga lingkungan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut

1. Bakpia Pathok 25 hendaknya terus memperluas jaringan promosi produk dengan memanfaatkan platform digital, *market place* serta mengikuti *trend* promosi agar bisa tetap eksis dari kompetitor lain.
2. Sebaiknya Bakpia Pathok 25 mengubah sistem organisasi organik menjadi bentuk mekanik, agar bisa meminimalisir adanya kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi mekanik, maka akan menciptakan pekerjaan yang sederhana, rutin, serta terstandarisasi.

PEPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YAN
YOGYAKARTA