

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap analisis strategi pemasaran pada umkm sektor kecil produksi keripik di kota medan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk menentukan analisis strategi pemasaran dalam penelitian ini menggunakan analisis swot , yang mengamati tentang kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan tantangan (*threat*) yang terdapat di umkm kota medan.
2. Berdasarkan analisis swot yang didapat, strategi untuk cara pemasaran usaha keripik adalah sebagai berikut:
  - a. Meningkatkan promosi secara besar-besaran seperti di jejaring media sosial serta media lainnya.
  - b. Tetap menjaga ciri khas dari rasa yang sudah turun temurun sehingga konsumen tetap tertarik.
  - c. Menciptakan varian rasa yang lebih banyak sehingga konsumen tidak merasa bosan.
  - d. Meningkatkan fasilitas dan meningkatkan pelayanan kepadakonsumen.

## **Saran**

Setelah melakukan penelitian, perumusan dan melakukan pembahasan dari hasil penelitian, saran yang bias diberikan penelitian dalam penelitian ini kepada pihak yang berkepentingan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha kecil, dalam penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan bagi pelaku usaha kecil serta mengelola strategi pemasaran menjadi lebih baik dalam menjaga kualitas produk dan kepercayaan konsumen.
2. Bagi dinas koperasi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan dan memutuskan untuk meningkatkan kinerja dari usaha kecil yang dibina menjadi lebih baik lagi dalam mengelola strategi pemasarannya.
3. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan atau mengganti variable lainnya untuk mengetahui faktor lain diluar variable yang diteliti agar mengetahui strategi pemasaran usaha kecil sektor produksi keripik kota Medan.