

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat di tarik kesimpulan yaitu:

1. Strategi pemasaran stik jagung pada UKM Flamboyan masih di pengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Adapun kekuatan strategi pemasaran stik jagung yaitu Keunggulan produk, Modal sendiri, tidak tergantung dari pemerintah, Memiliki pelanggan tetap. Kelemahan dalam strategi pemasaran stik jagung yaitu Pemasaran produk masih di Kota Gorontalo, Terbatasnya tenaga kerja produksi. Ancaman dalam strategi pemasaran stik jagung yaitu Meningkatkan produk olahan dari luar negeri (Impor), Kenaikan harga BBM
2. Marketing Mix pada UKM Flamboyan dapat di tinjau dari faktor produk, harga, tempat, dan promosi di mana strategi produk di lakukan melalui penawaran barang yang berkualitas, UKM Flamboyan menetapkan harga dengan mempertimbangkan biaya produksi, biaya non produksi dan presesntase merek, lokasi usaha yang terletak di kota gorontalo memudahkan usaha produk ini dalam hal pemasaran, dan UKM Flamboyan melakukan promosi konvensional.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dalam rangka pengembangan strategi pemasaran stik jagung di UKM Flamboyan terkait dengan hasil penelitian ini maka di sarankan sebagai berikut:

1. Pemerintah setempat diharapkan dapat memfasilitasi pemilik UKM agar dapat mengatasi permasalahan yang di hadapi

2. Kepada pemilik UKM di sarankan bahwa dalam melakukan pemasaran produk dengan memperhatikan harga pasaran yang di terapkan oleh pemerintah

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar. 1995. *Dasar-dasar Marketing*. Penerbit Alumni, Jakarta.
- Assauri , Sofjan. 2012. *Strategi Marketing*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Assauri, S. 2002. *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo persada, Jakarta.
- Assauri, S. 2002. *Manajemn Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Assauri, Sofyan 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Dr. Suliyanto. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta : CV Andi
- Gitosudarmo, Indriyo. 1996. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta : BPFE
- Hlitt A, M. 2001. *Managemen Strategi. Salemba Empat*. Jakarta
- Hurriyati, R. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta
- Harper W. Boyd, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Erlangga, Jakarta.
- Hoskisson. R E. 2001. *Managemen Strategi Daya Saing Dan Globalisasi*. Salemba Empat. Jakarta
- Hurriyati, R. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Bandung Imran, S. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Gorontalo
- Ireland, R. D. 2001. *Managemen Strategi*. Salemba Empat. Jakarta
- Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. PT.inti Sejati.jakarta.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. PT. Intan Sejati. Jakarta.
- Kotler, Plilip. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- Lubis. N. A. 2008. *Strategi Pemasaran*. Sumatra utara

- Mubarok, Muhammad Husi. 2010. *Pengantar Bisnis*. Kudus : Nora Media Enterprise
- Mursid, M. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta
- Ningsih, Ekawati Rahayu. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Kudus : STAIN KUDUS
- Porter, E.M. 1980. *Strategi Bersaing*. PT. Gelora Aksara Pratama. Jakarta
- Rangkuti, F. 1998. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Simamora, B. 2001. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Penerbit PT. Gramedia Utama, Jakarta.
- Stanton, WJ. 1991. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Swaatha, Basu dan Irawan. 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, liberty, Yogyakarta.