

## BAB VI PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Perencanaan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kerupuk Udang Siti Hadana di Kecamatan Tanah Merah Menggunakan TOPSIS yang meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda dan TOPSIS maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil pengolahan data, faktor-faktor yang mempengaruhi Usaha Kerupuk Udang Siti Hadana yaitu produk dan harga. Dimana untuk variabel produk diklasifikasikan menjadi dua strategi yaitu strategi pengembangan produk dan strategi permintaan produk, kemudian untuk variabel harga diklasifikasikan menjadi dua strategi yaitu strategi evaluasi harga dan strategi penawaran harga.
2. Strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh UKM Kerupuk Udang Siti hadana yaitu sebagai berikut:
  - a. Meningkatkan strategi pengembangan produk karena strategi ini berada pada urutan alternatif 1 dengan nilai 0,575. Untuk meningkatkan pengembangan produk hal-hal yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu meningkatkan kualitas rasa, porsi yang sesuai kebutuhan konsumen, varian rasa yang berbeda, inovasi bentuk dan aroma.
  - b. Alternatif selanjutnya yaitu strategi evaluasi harga karena strategi ini berada di tingkat kedua dengan nilai 0,535. Dalam strategi ini, yang harus dikembangkan yaitu dengan mencocokkan harga dipasaran, kemudian dengan menentukan harga sesuai ketersediaan bahan baku.
  - c. Alternatif yang berada di tingkat ketiga yaitu strategi penawaran harga dengan nilai 0,525. Dalam strategi ini pengaruhnya sangat besar terhadap perusahaan terutama dalam hal peningkatan penjualan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan karena dalam setiap promosi yang dilakukan akan mengubah persepsi konsumen.

- d. Selanjutnya yaitu strategi permintaan produk, dimana strategi ini berada pada alternatif 4 dengan nilai 0,441. Strategi ini digunakan untuk lebih meningkatkan evaluasi dalam bentuk kemasan dan penambahan *expired* supaya lebih kelihatan menarik kemudian langkah selanjutnya yaitu dengan perusahaan juga harus mampu menyalurkan produk keluar daerah agar memudahkan konsumen.

## 6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis  
Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai pengembangan dan pengetahuan, khususnya dalam manajemen pemasaran.
2. Bagi perusahaan  
Dengan adanya penelitian ini diharapkan Kerupuk Udang Siti hadana dapat mengaplikasikan hasil penelitian yang diperoleh untuk meningkatkan posisi perusahaan, mendongkrak penjualan serta meningkatkan volume penjualan.
3. Bagi penelitian selanjutnya  
Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber ide bagi peneliti-peneliti yang ingin mendalami permasalahan ini selanjutnya, seperti bagaimana cara mengubah penampilan perusahaan lebih menarik atau pada kasus-kasus lainnya.