

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, penulis akan memaparkan beberapa kesimpulan dan saran yang akan diambil pada temuan hasil penelitian. Secara umum dari hasil analisis yang peneliti simpulkan bahwa segmentasi yang dilakukan Warung Jadah Tempe Mbah Carik secara signifikan tidak ada kriteria khusus dalam mencari konsumen, serta tidak ada targeting khusus di Warung Jadah Tempe Mbah Carik, dan positioning yang ada pada strategi pemasaran Warung Jadah Tempe Mbah Carik adalah hanya mengandalkan dari mulut ke mulut dan tak jarang setiap 1bulan sekali mengikuti UMKM. Untuk itu strategi yang yang dapat digunakan warung jadah tempe mbah carik adalah Strategi S-O dengan mempertahankan cita rasa jadah tempe mbah carik agar lebih banyak dikenal masyarakat luas, Merenovasi outlet menjadi lebih bagus untuk menarik pelanggan dengan memanfaatkan lokasi warung jadah tempe mbah carik yang strategis dan mudah dijangkau, Mempertahankan harga agar tetap masuk disemua kalangan tanpa mengurangi kualitas produk, Menggencarkan promosi melalui media dengan memanfaatkan *influencer* yang datang ke jadah tempe mbah carik. Strategi W-O dengan membuat kemasan vacum agar produk dapat bertahan lebih lama dan bisa dijadikan jajanan oleh-oleh luar kota, Membuka cabang ditempat strategis seperti pusat oleh-oleh yang banyak dikunjungi wisatawan, Memberikan harga

tertentu pada produk yang sesuai dengan kualitas, Melakukan promosi dengan mengundang *influencer* dan melakukan promosi melalui media sosial maupun media cetak. Strategi S-T mempertahankan cita rasa jadah tempe mbah carik sebagai pembeda jadah tempe mbah carik dengan jadah tempe lainnya, Mendaftarkan nama jadah tempe mbah carik sebagai hak paten sebagai pembeda antara jadah tempe mbah carik dengan jadah tempe lainnya, Mempertahankan harga jual tanpa menurunkan kualitas produk walaupun harga bahan baku tidak stabil, Mempromosikan nama jadah tempe mbah carik ke sosial media agar semakin dikenal masyarakat luar daerah. Strategi W-T dengan membuat kemasan vacuum agar jadah tempe mbah carik tahan lebih lama, Melakukan renovasi warung agar terlihat lebih menarik perhatian pelanggan, seperti warung atau toko oleh-oleh yang kekinian, Melakukan promosi baik melalui media sosial maupun secara langsung, seperti mengadakan promo-promo produk atau mengundang influencer untuk datang ke warung jadah tempe mbah carik, Melakukan penambahan karyawan di outlet warung jadah tempe mbah carik, Memberikan pemahaman kepada karyawan mengenai SOP yang baik dan benar, Dengan membuat SOP dalam pembuatan produk agar tercipta konsistensi rasa yang tidak berubah-ubah, Dengan merapikan dan menata konsep Warung Jadah Tempe Mbah Carik supaya terlihat rapi dan bersih.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa rekomendasi sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan strategi pemasaran yang diambil untuk menghadapi persaingan pasar maka peneliti mengampaikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Menginovasi menu-menu baru dengan bahan baku yang sama
2. Dengan membuka cabang di daerah yang ramai wisatawan dan belum ada pesaing
3. Dengan mempertahankan kualitas dan harga yang stabil agar pelanggan tidak berpaling ke pesaing
4. Melaksanakan promosi di media sosial dan media cetak agar mampu memenangkan pasar

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (1990). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Danang Sunyoto 2015. *Strategi Pemasaran* Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service (CAPS)
- Danupranata, Gita, 2013, *Manajemen Perbankan Syariah*, Salemba. Empat: Yogyakarta.
- Hermawan Kartajaya, *On Positioning*, Mizan Media Utama, Bandung, 2004, Keegan, Warren J. dan Green. Mark, (2011). *Global Marketing, 7<sup>th</sup> Edition*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P. & Amstrong, G.(2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip., (1997), “Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol”, Prenhallindo, Jakarta
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana., Jakarta, Media, 2016.
- Moleong, 2011, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosda.
- Mulyadi Dedi, dkk. 2012. Analisis Strategi Pemasaran Jasa Lembaga Non Bank. Pada PT Oto Multiartha Karawang, *Jurnal Manajemen* Vol. 09 No..02.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

# LAMPIRAN



## Lampiran 1. Surat ijin penelitian

YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 554/Q.AMPTA/ VII/2022 Yogyakarta, 21 Juli 2022  
Hal : Permohonan Penelitian

Kepada Yth  
Ibu Tanti  
Pengelola Warung Jadah Tempe Mbah Carik  
Jl. Kaliurang KM. 15 .Legolan, Umbulmartani  
Kecamatan Ngemplak  
Kabupaten Sleman  
DIY

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Warung Jadah Tempe Mbah Carik , DIY selama 4 minggu terhitung mulai tanggal 25 Juli 2022 sampai dengan tanggal 25 Agustus 2022, bagi mahasiswa i kami dari Jurusan D IV Pengelolaan Perhotelan :

Nama Mahasiswa : Rizki Eka Fadlilah  
No Mahasiswa : 318101181  
Semester : VIII(Delapan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul :  
**"STRATEGI PEMASARAN WARUNG JADAH TEMPE MBAH CARIK**  
." Proposal Penelitian akan diikutsertakan oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami  
Ketua



Drs. Prihatno, M.M

Tembusan:

-File

  
Tanh

Lampiran 2. Lembar bimbingan

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA: Rizki Eka Fadlilah  
 NO. MAHASISWA : 318101181  
 JUDUL PENELITIAN :

NAMA PEMBIMBING I: Bp. Drs. Prihatno, MM.

NAMA PEMBIMBING II: Bp. Yudi Setiaji, SH, MM.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	24/4/22	- Tata Tulis - Penulisan nomor - Sub Bab - Kesimpulan Teori - dan Strategi - pemasaran (PP)	
		- Cara - Cara - Cara	
2	24/5/22	- Tata tulis Sybs - YLP.	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	9/3/22	- Sistematika - Penulisan Laporan - Latar Belakang - Landasan teori - Daftar Kucta	
2	18/4/22	Kerangka PomAwa	
3	28/6/22	Proposal Ace	
4	5/8/22	Dit erpcep.	

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA: Rizki Eka Fadlilah  
 NO. MAHASISWA : 318101181  
 JUDUL PENELITIAN :

NAMA PEMBIMBING I: Bp. Dis : Dikhat no. M.M.

NAMA PEMBIMBING II: Bp. Xudi Satraji SH. MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
		- Teoritin Dibud Runtat der 45 di peralukan fgs	
		- Keingaha jemi - lutar ds Sambony.	
		- Pedonan wawar cara → SWOT	
3	27/6/22	Dibunhi coeja ray, wisda	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
5.	19/16	Metak Swot.	g
6	22/10	Keingaha & Sam	g
7.	20/10	Acc	g







**Lampiran 3. Wawancara bersama ibu Tanti pengelola Warung Jadah Tempe Mbah Carik**





