

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti akhirnya menarik kesimpulan dari penelitian ini mengenai strategi bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran yang sekarang dilakukan oleh Unit Kantin terdiri dari produk: kantin menjual 14 menu makanan yang berbeda setiap hari dan empat jenis minuman tetapi untuk sekarang kantin tidak lagi menjual minuman, produk menggunakan bahan baku yang bersih, mempunyai kandungan gizi dan tidak menggunakan pengawet, kantin hanya menyediakan 20 porsi makanan setiap hari. Harga: kantin menggunakan teknik penetapan harga berdasarkan biaya (*cost-plus pricing method*) dengan persentase keuntungan 30% dari setiap produk, harga yang ditawarkan dari Rp2.500 sampai harga termahal yaitu Rp20.000. Tempat: masih banyak meja dan kursi yang ditumpuk, memiliki ruangan seluas 20 x 10 meter, memiliki lahan parkir yang luas, ruangan dibersihkan setiap hari tetapi kantin tidak menyediakan wifi dan hiburan musik. Promosi: promosi dilakukan melalui media sosial yaitu grup whatsapp, penyebaran brosur, dan melalui plang nama, promosi dilakukan dengan penjualan langsung (*Personal selling*) tetapi penyampaian maksud saat melakukan promosi belum tersampaikan dengan baik kepada pelanggan.

2. Tingkat kepuasan anggota sebagai pelanggan atas strategi bauran pemasaran yang sekarang dilakukan unit kantin KKB IKOPIN, dari 20 unsur bauran pemasaran diperoleh rata-rata tingkat kepuasan pelanggan yaitu 65,2% artinya kepuasan pelanggan terhadap strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh kantin cukup memuaskan pelanggan karena realita yang didapat sesuai dengan ekspektasi pelanggan.
3. Kekuatan yang dimiliki kantin yaitu kualitas produk baik, memiliki menu yang bervariasi, harga lebih murah dari pesaing, rasa makanan enak, porsi makanan mengenyangkan, memiliki parkir yang luas, dan berada dilingkungan kampus. Kelemahan kantin yaitu jarang menyediakan stok produk, promosi masih minim, permodalan masih kurang, dan kantin masih kurang dalam menjaga kebersihan tempat. Peluang yang ada yaitu promosi melalui media sosial akan membuat pelanggan tertarik melakukan pembelian, memiliki pelanggan pasti yaitu anggota koperasi yang aktif bertransaksi, dan kebijakan KKB IKOPIN yang membantu kantin mengembangkan usaha. Serta yang menjadi ancaman kantin adalah alat-alat produksi modern yang belum termanfaatkan, harga bahan baku berubah-ubah, pesaing lebih gencar melakukan promosi, banyak pilihan makanan diluar lingkungan kampus, dan situasi pandemi yang membawa dampak buruk bagi usaha.
4. Strategi bauran pemasaran sebaiknya diterapkan pada Unit Kantin KKB IKOPIN yaitu strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan serta peluang (strategi SO) dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memanfaatkan lokasi yang dekat dengan masyarakat kampus, mempertahankan harga tetapi tidak mengurangi

kualitas produk, promosi melalui media sosial harus ditingkatkan seperti melalui whatsapp, instagram, facebook dan media sosial lainnya, serta meminta kebijakan KKB IKOPIN untuk membantu dalam mengembangkan usaha seperti memberi fasilitas untuk mengganti alat-alat yang rusak.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut dirumuskan saran-saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan:

### **5.2.1 Saran Teoritis**

- a. Manfaat bagi ilmu pengetahuan, diharapkan sebagai acuan dalam pengembangan wawasan dan pengetahuan dalam manajemen bisnis, bauran pemasaran dan juga perkoperasian.
- b. Untuk peneliti selanjutnya, setelah dilakukan penelitian ini dijadikan perbandingan serta referensi dan diharapkan kepada peneliti untuk menggali lebih dalam mengenai strategi bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran kepada Unit kantin dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, kantin sebaiknya menerapkan strategi agresif yaitu memanfaatkan adanya peluang dan kekuatan (strategi

SO) sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang relevan untuk dilaksanakan oleh Unit Kantin adalah memanfaatkan lokasi yang strategis, mempertahankan kualitas dan harga agar dapat mempertahankan pelanggan, meningkatkan promosi secara langsung ataupun melalui media sosial, meminta kebijakan KKB untuk membantu mengembangkan usaha terutama dari permodalan untuk mengganti fasilitas-fasilitas yang rusak, menyediakan stok produk dan selalu memperhatikan unsur bauran pemasaran agar meningkatkan kepuasan pelanggan.

