

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai analisis keunggulan bersaing dalam upaya meningkatkan kinerja pemasaran pelaku usaha Florist di Kawasan Rawabelong, Jakarta Barat serta pengujian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. *Supply Chain Management* berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha florist di Rawabelong. Hal ini menunjukkan bahwa dalam *Supply Chain Management* yang memberikan pengaruh sangat kuat dalam meningkatkan kinerja pemasaran yaitu merencanakan detail kebutuhan produksi dengan melakukan pertukaran informasi dengan konsumen dalam membuat perencanaan bisnis.
- b. Promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha florist di Rawabelong. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang memberikan pengaruh sangat lemah dalam meningkatkan kinerja pemasaran yaitu kurangnya para pelaku usaha florist dalam tidak melakukan promosi untuk usahanya sendiri selain dari promosi unit pelaksana teknis Rawabelong.
- c. Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha florist di Rawabelong. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing yang memberikan pengaruh sangat kuat dalam meningkatkan kinerja pemasaran yaitu kualitas produk dan ketepatan pengiriman pemesanan kepada konsumen.
- d. *Supply Chain Management* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha florist di Rawabelong. Hal ini bahwa dalam *Supply Chain Management* yang memberikan pengaruh sangat kuat dalam meningkatkan keunggulan bersaing yaitu pelaku usaha sangat selective dalam memilih bahan baku seperti bunga dan barang pendukung lainnya.

- e. Promosi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha florist di Rawabelong. Hal ini menunjukkan keunggulan bersaing yang memberikan pengaruh sangat lemah dalam meningkatkan keunggulan bersaing yaitu tergantung dari jenis bunga dan produksi inovasi-inovasi lainnya yang dilakukan oleh pelaku usaha florist di Rawabelong bukan dari promosi yang dilakukan oleh para pelaku usaha tersebut.

V.2 Implikasi Manajerial

Pengembangan kinerja pemasaran pelaku usaha florist di Rawabelong direspon secara positif oleh para pelaku usaha. Oleh karena itu implementasi kinerja pemasaran menjadi salah satu hal yang dapat di tingkatkan dalam menghadapi persaingan kedepannya bagi para pelaku usaha. Implementasi kinerja pemasaran menjadi prioritas utama dalam para pelaku usaha florist khususnya untuk peningkatan pembelian.

Variabel yaitu *Supply Chain Management*, promosi dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran perlu mempertahankan serta meningkatkan indikator-indikator variabel yang mempunyai nilai tinggi. Untuk variabel *Supply Chain Management* perlu melakukan pertukaran informasi dengan konsumen dan pemasok dalam membuat perencanaan bisnis, menyediakan tempat yang nyaman untuk ruang tunggu, serta mengutamakan penawaran kualitas sebagai kriteria utama dalam memilih pemasok.

Upaya untuk variabel promosi para pelaku usaha florist perlu mempertahankan membujuk konsumen dalam melakukan pembelian dengan menjelaskan cara perawatan serta merangkai produk bunga tersebut, kemudian selalu mengingatkan waktu ketersediaan produk dan memberikan pilihan produk.

Untuk variabel keunggulan bersaing para pelaku usaha florist perlu mempertahankan proses pengiriman barang sesuai dengan spesifikasi produk, jumlah, dan tujuan yang diminta konsumen, serta melakukan pemesanan secara online dan offline selama 24 jam, para pelaku usaha menawarkan produk florist custom yang belum dimiliki para pesaing. Dan para variabel kinerja pemasaran perlu mempertahankan penerimaan saran dari para konsumennya serta

memberikan produk yang berkualitas, pelayanan yang ramah untuk menjaga kesetiaan pelanggan serta mendapatkan peningkatan penjualan setiap bulannya.

V.3 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

a. Bagi Para Pelaku Usaha Florist Di Kawasan Rawabelong

1. Lebih mengembangkan *Supply Chain Management* dengan memperhatikan lebih kualitas produk dari para pemasok dan lebih selective dalam melakukan kerja sama dengan para petani atau vendor yang membantu dalam supply bunga dan barang-barang untuk tambahan dalam berinovasi
2. Melaksanakan promosi diluar dari UPT. Pusat Promosi dan Pemasaran Holtikultura dengan cara memiliki website, sosial media, e-commerce dan lainnya untuk mempertahankan pelanggan yang dalam upaya meningkatkan kinerja pemasaran serta mempertahankan keunggulan bersaing dari para pesaingnya.
3. Dalam keunggulan bersaing harus dapat mempertahankan dengan mencoba membuat macam-macam variasi model untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan untuk memperkenalkan produknya kepada segmen baru yang lebih luas.
4. Harus lebih aktif dalam keikutsertaan dalam berbagai rangkaian acara seperti; pameran-pameran bunga hias, festival gebyar bunga setiap tahunnya, pameran wedding dan seminar atau sosialisasi terkait florist.
5. Hendaknya memiliki inovasi baru terkait bunga-bunga yang layu dan tidak layak jual dibuat menjadi suatu produk yang membuat banyak konsumen tertarik.

b. Bagi UPT. Pusat Promosi Dan Holtikultura

Mendukung terwujudnya promosi setiap para pelaku usaha agar berperan aktif dalam melakukan promosi secara online untuk mendukung peningkatan kinerja pemasaran pelaku usaha florist itu sendiri

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menganalisis faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap pengembangan kinerja pemasaran antara lain orientasi pasar, orientasi pesaing, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, kreativitas pemasaran.

