

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan di PT Bina Usaha Flora (BUF), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Preferensi pelanggan dalam membeli bunga matahari ditentukan oleh beberapa faktor utama, yakni kualitas produk, keberlanjutan pasokan, harga, dan pelayanan. Jenis bunga matahari *ring of fire* menjadi favorit karena keunikan warnanya, sementara warna kuning memiliki tingkat permintaan yang lebih rendah. Selain itu, pelanggan lebih memilih harga di bawah Rp 7.000 per tanaman, meskipun sebagian bersedia membayar lebih untuk jenis dan kualitas tertentu. Pelanggan juga menunjukkan ketertarikan terhadap layanan tambahan seperti konsultasi dekorasi dan terbuka untuk mencoba varian warna baru selama kualitas dan harganya sesuai.
- b. Saluran promosi yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah WhatsApp dan referensi dari orang lain, sedangkan pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook masih belum maksimal. Di sisi lain, kendala utama yang masih dihadapi adalah kualitas produk yang belum konsisten dan pengiriman yang tidak selalu tepat waktu. Oleh karena itu, perbaikan dalam manajemen mutu dan logistik perlu menjadi prioritas utama sebagai dasar peningkatan kepercayaan pelanggan. Meskipun demikian, strategi promosi digital tetap relevan untuk diterapkan karena dapat dimanfaatkan sebagai sarana memperkuat citra kualitas produk. Melalui media sosial, BUF dapat menampilkan proses budidaya, perawatan, serta hasil bunga yang berkualitas tinggi, sehingga pelanggan memperoleh gambaran nyata mengenai mutu produk yang ditawarkan. Dengan demikian, strategi digital tidak hanya berfungsi sebagai promosi, tetapi juga sebagai media edukasi dan pembuktian kualitas produk untuk mendukung peningkatan penjualan.

6.2 Saran

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas bunga sebaiknya dijaga tetap stabil karena penting untuk memastikan bunga selalu dalam kondisi baik mulai dari penanaman, perawatan sampai proses pengiriman.
- b. Jenis *ring of fire* punya daya tarik lebih dibanding warna lain, jadi sangat disarankan untuk memperbanyak produksinya, tetapi variasi warna tetap bisa dicoba secara bertahap.

- c. Strategi promosi digital perlu ditingkatkan melalui optimalisasi media sosial dan *marketplace* khusus florist atau dekorator, dengan konten visual yang menonjolkan profesionalitas dan keunggulan produk. Langkah ini dapat memperluas jejaring kerja sama antar pelaku bisnis (B2B) serta memperkuat kepercayaan mitra terhadap produk BUF.
- d. Penetapan harga sebesar Rp7.000 per tangkai disesuaikan dengan daya beli pelanggan mayoritas, namun tetap mempertimbangkan kualitas dan tampilan produk.
- e. Pelayanan pengiriman perlu diperbaiki lebih tepat waktu, jadi sistem logistik perlu ditingkatkan, baik dari sisi waktu maupun kemasan, sehingga ketepatan waktu dapat dijaga dan kepercayaan pelanggan meningkat.
- f. Beberapa pelanggan menunjukkan minat terhadap layanan seperti konsultasi dekorasi, sehingga menambahkan jenis layanan ini bisa menarik perhatian pelanggan.