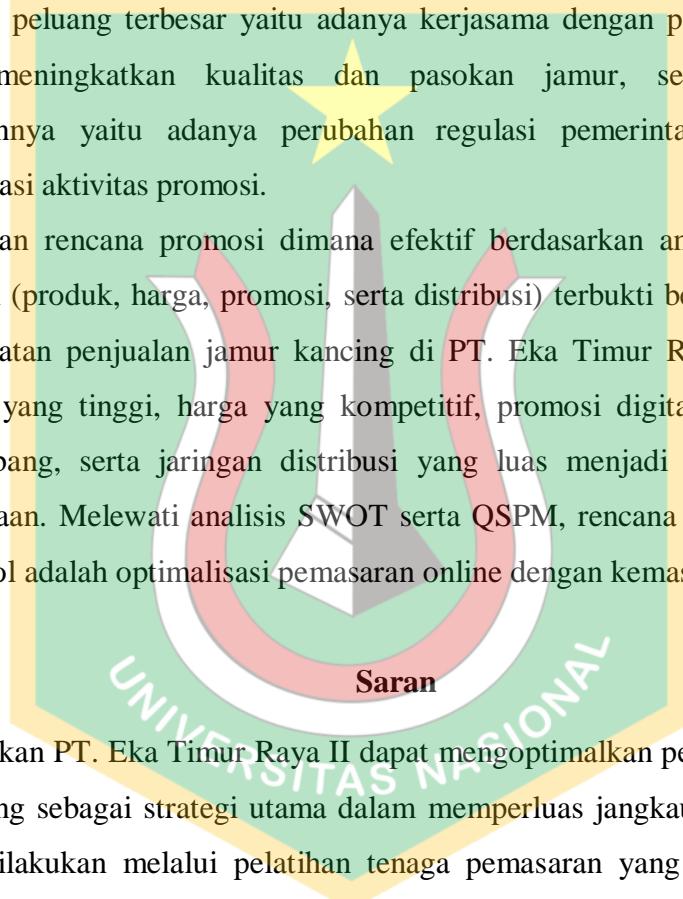


## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Faktor internal dari kekuatan utama PT. Eka Timur Raya II yakni memiliki barang jamur kancing dimana bermutu bagus, sedangkan faktor kelemahan yang terdapat di PT. Eka Timur Raya II yaitu kurangnya pemanfaatan pemasaran digital. Faktor eksternal yang terdapat pada PT. Eka Timur Raya II terdapat peluang terbesar yaitu adanya kerjasama dengan petani lokal yang dapat meningkatkan kualitas dan pasokan jamur, sedangkan faktor ancamannya yaitu adanya perubahan regulasi pemerintah dimana bisa membatasi aktivitas promosi.
2. Penerapan rencana promosi dimana efektif berdasarkan analisis campuran promosi (produk, harga, promosi, serta distribusi) terbukti berdampak terkait peningkatan penjualan jamur kancing di PT. Eka Timur Raya II. Kualitas produk yang tinggi, harga yang kompetitif, promosi digital dimana mulai berkembang, serta jaringan distribusi yang luas menjadi kekuatan utama perusahaan. Melewati analisis SWOT serta QSPM, rencana promosi dimana menonjol adalah optimalisasi pemasaran online dengan kemasan *food grade*.

- 
1. Diharapkan PT. Eka Timur Raya II dapat mengoptimalkan pemanfaatan digital marketing sebagai strategi utama dalam memperluas jangkauan pasar. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan tenaga pemasaran yang kompeten dalam penggunaan media sosial, *e-commerce*, dan konten promosi berbasis visual yang menarik. Selain itu, perusahaan perlu memperkuat hubungan pada petani lokal dalam memastikan simpanan komoditas yang bermutu dan berkelanjutan.
  2. Bagi peneliti selanjutnya, dianjurkan supaya memperbesar ruang lingkup analisis dalam melibatkan lebih banyak variabel dimana memengaruhi strategi pemasaran. Selain itu, mempertimbangkan penggunaan pendekatan kuantitatif atau metode campuran guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.