

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian secara keseluruhan dengan judul analisis bauran promosi dalam upaya meningkatkan penjualan kepada Non IPS (Studi Kasus Pada Unit Usaha Susu Murni Koperasi Serba Usaha Tandangsari, Tanjungsari, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat), maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis deskriptif mengenai bauran promosi yang digunakan oleh unit usaha susu murni KSU Tandangsari, dari beberapa indikator seperti brosur, *billboard*/papan nama, pemberian potongan harga, publisitas produk, kegiatan masyarakat, presentasi penjualan, pertemuan penjualan, dan situs web bahwa unsur bauran promosi telah dilakukan dengan cukup baik, namun masih ada beberapa unsur bauran promosi yang belum optimal dalam hal pelaksanaannya.
2. Berdasarkan tanggapan dan harapan pelanggan mengenai bauran promosi yang dilakukan oleh unit usaha susu murni KSU Tandangsari, dapat disimpulkan secara menyeluruh antara tanggapan dan harapan dari beberapa indikator seperti brosur, *billboard*/papan nama, pemberian potongan harga, publisitas produk, kegiatan masyarakat, presentasi penjualan, pertemuan penjualan, dan situs web bahwa unsur bauran promosi telah dilakukan dengan cukup baik, namun masih ada beberapa indikator yang masih perlu di perbaiki dan ditingkatkan seperti pembagian

brosur, *billboard*/papan nama, dan situs web. Dan pada tingkat harapan pelanggan terhadap bauran promosi yang dilakukan unit usaha susu murni KSU Tandangsari, secara keseluruhan harapan pelanggan termasuk dalam kriteria penting.

3. Berdasarkan hasil analisis mengenai bauran promosi melalui tanggapan dan harapan pelanggan unit usaha susu murni KSU Tandangsari didapatkan upaya untuk meningkatkan penjualan melalui bauran promosi yaitu dari pembagian brosur, *billboard*/papan nama, dan situs web. Maka dapat disimpulkan upaya untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan memperbaiki dan meningkatkan baik dari pembagian brosur, *billboard*/papan nama, maupun situs web, perbaikan dan peningkatan ini harus dilakukan kepada tiga indikator tersebut karena dengan informasi yang jelas dan baik mengenai produk yang dijual oleh unit usaha susu murni KSU Tandangsari dapat menarik minat masyarakat untuk berbelanja pada unit usaha susu murni, perbaikan ini perlu dilakukan karena melihat dari hasil pembagian kuesioner mengenai harapan konsumen ketiga indikator ini termasuk kedalam kriteria penting.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai analisis bauran promosi dalam upaya meningkatkan penjualan kepada Non IPS pada unit usaha susu murni KSU Tandangsari penulis mencoba memberikan saran untuk unit usaha susu murni dengan harapan dapat dijadikan pemicu dalam upaya

mengoptimalkan bauran promosi untuk meningkatkan penjualan yaitu sebagai berikut :

1. Disarankan kepada unit usaha susu murni KSU Tandangsari untuk meningkatkan kembali bauran promosi khususnya di ketiga indikator yaitu pembagian brosur, *billboard*/papan nama, dan situs web. Sehingga dengan dilakukannya perbaikan terhadap ketiga indikator bauran promosi tersebut dapat meningkatkan minat belanja para masyarakat dan dapat mempromosikan mengenai produknya baik kepada masyarakat terdekat maupun jauh sekalipun dan tentunya dapat bersaing dengan penjual sejenis lainnya khususnya pada daerah sekitar Tanjungsari.
2. Disarankan juga untuk unit usaha susu murni KSU Tandangsari untuk mengoptimalkan promosi melalui situs web dengan optimal Karena promosi melalui internet khususnya situs web sangat menjanjikan karena jangkauan promosinya sangat luas dan dalam biaya pun tergolong murah sehingga promosi melalui situs web menjadi hal yang sangat baik untuk dilakukan oleh unit usaha susu murni KSU Tandangsari.

IKOPIN