

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan peneliti mengenai analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan karet, peneliti dapat menarik kesimpulan. Berdasarkan identifikasi masalah penelitian untuk penjelasannya yaitu sebagai berikut:

- 1) Salah satu cara yang harus di tempuh oleh koperasi untuk meningkatkan volume penjualan adalah dengan cara mengetahui target pasarnya terlebih dahulu, mengetahui bauran pemasaran seperti produk (*Product*), harga (*Price*), tempat/saluran distribusi (*Place*) dan promosi (*Promotion*), selanjutnya mengetahui bauran promosi seperti penjualan pribadi (*Personal Selling*) dan Pemasaran Langsung (*Personal Selling*).
- 2) Yang kedua mengetahui faktor pendukung dan penghambat baik dari sisi internal maupun sisi eksternal koperasi, baik dalam memasarkan produk maupun dalam memproduksi produk agar volume penjualan bisa tetap stabil dan bisa meningkat.
- 3) Dan yang terakhir mengetahui fokus pemasaran pada produk yaitu target pasar penjualan pada produk koperasi, mengetahui bauran pemasaran seperti produk yang akan dijual nantinya seperti apa, mengetahui harga yang akan diterapkan seperti apa, mengetahui promosi yang akan digunakan seperti apa selanjutnya mengetahui bauran promosi yang akan digunakan,

seperti media komunikasi tradisional seperti penjualan pribadi dan pemasaran langsung yang penjual datang secara langsung ketempat calon konsumen/pelanggan dan selanjutnya mengetahui media komunikasi modern seperti media komunikasi lewat online, yaitu penjual mempromosikan produknya lewat media komunikasi internet karena sifatnya mudah, murah dan komunikasi bisa dimana saja. Ini bertujuan agar pemasaran pada produk tersebut cakupan wilayah pasarnya bisa luas. Dan selanjutnya koperasi bisa meminimalisir faktor pendukung dan penghambat dalam memasarkan produk dan dalam menghasilkan produk yang sudah dijelaskan sebelumnya.

5.2 Saran

5.2.1 Aspek Teoritis

Berdasarkan kegunaan aspek teoritis yang sudah dijelaskan sebelumnya maka dari itu untuk penjelasannya yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diselesaikan dengan baik, semoga penelitian ini dapat menjadi pengembangan ilmu ekonomi khususnya mengenai badan usaha koperasi, dan badan usaha lainnya untuk pengembangan ekonomi pada umumnya dan menambah sumber pustaka yang telah ada mengenai strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan dan di harapkan dapat dijadikan sebagai acuan bagi usaha dan bisnis lainnya khususnya dibidang pemasaran dan penjualan.

5.2.2 Aspek Praktis

Berdasarkan kegunaan aspek praktis yang sudah dijelaskan sebelumnya maka dari itu untuk penjelasannya yaitu sebagai berikut:

1. Saran Bagi Koperasi

Adapun saran yang harus dilakukan koperasi untuk meningkatkan volume penjualan yaitu sebagai berikut:

- a. Mengetahui target sasaran yang akan dituju yaitu pasar konsumen yang homogeni atau sesuai dengan target pasar yang dikehendaki yaitu konsumen yang memerlukan produk ini. Yaitu konsumen industri dan konsumen penjual. Disarankan untuk melakukan kerja sama dengan konsumen/pelanggan agar produksi karet koperasi tetap optimal dan stabil.
- b. Mengoptimalkan penjualan dan produksi pada produk yang dihasilkan koperasi yaitu Karet Sheet dan karet Leump.
- c. Mengetahui kondisi pasar, persaingan, kondisi perekonomian, kebijakan pemerintah dan sebagainya. Baik dari koperasi maupun konsumen, karena akan berdampak pula pada volume penjualan produk masing-masing. Baik koperasi maupun konsumen/pelanggan nantinya.
- d. Menggunakan strategi pemasaran word of mount yaitu dengan cara memperbaiki strategi promosi, Strategi pemasaran word of mount harus didukung oleh orang yang ahli dibidangnya, tau besaran biaya yang akan digunakan saat promosi dan yang paling penting

membuat target pasar sasaran itu paham dengan apa yang disampaikan melalui media komunikasi, baik yang secara langsung datang ke konsumen/pelanggan ataupun menggunakan media komunikasi online.

- e. Adanya bagian khusus dan terpisah yang menangani bagian pemasaran agar fokus kerja di bidang pemasaran pada produk bisa dioptimalkan karena bagian pemasaran dari koperasi ini dari pengurus koperasi.
- f. Menambah pelanggan tetap karena pelanggan tetap koperasi yang minim yaitu hanya satu pelanggan.
- g. Selanjutnya hal yang harus dilakukan koperasi adalah dengan tetap menjaga hubungan baik antara anggota, pengurus dan pengawas ini bertujuan agar rencana yang sudah di sepakati bersama bisa terealisasikan dengan baik, bersikap jujur dan terbuka tentang permasalahan koperasi agar keputusan terbaiknya bisa diambil dan bisa menjadi masukan untuk menjadi lebih baik lagi, dan yang terakhir adalah tetap menjaga hubungan baik dengan konsumen dan pelanggan koperasi agar terciptanya ekosistem pemasaran yang baik pula, baik disisi internal maupun eksternal koperasi, ini bertujuan agar nama baik dan hubungan antara keduanya tetap terjalin dengan baik.
- h. Mengevaluasi setiap kegiatan usaha agar dapat berjalan sesuai dengan rencana yang sudah disepakati bersama.

2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Adapun saran yang harus diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan yaitu sebagai berikut:

- a. Disarankan untuk mengkaji terlebih dahulu sumber atau referensi yang terkait dengan analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan agar hasil penelitiannya lebih lengkap dan lebih baik lagi.
- b. Disarankan untuk mempersiapkan terlebih dahulu hal apa saja yang harus diperlukan dalam proses pengambilan dan pengumpulan data pada saat kelapangan agar penelitian dapat dilakukan dengan baik tanpa ada kendala pada saat menganalisis data.