

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Hasil penelitian dengan data yang sudah dicantumkan dengan judul analisis bauran promosi dalam upaya meningkatkan volume penjualan (studi kasus pada unit perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya), disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis deskriptif mengenai bauran promosi yang digunakan oleh unit perdagangan Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya Kabupaten Bandung, dari beberapa indikator yaitu whatsapp, facebook, instagram, brosur, potongan harga, voucher belanja, Kerja sama antar perusahaan, dan Telemarketing via telepon Bauran promosi telah dilaksanakan dengan cukup baik. Namun ada beberapa indikator yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki seperti penggunaan instagram, brosur dan voucher selain ke 3 indikator tersebut tentunya harus lebih konsisten dalam pelaksanaan promosi yang sudah dilakukan.
2. Selanjutnya berdasarkan tanggapan anggota mengenai pelaksanaan bauran promosi yang dilakukan oleh unit perdagangan, disimpulkan secara menyeluruh mengenai tanggapan pelaksanaan dengan jumlah 3 indikator yaitu instagram, brosur dan voucher belanja menjadi alat promosi yang belum memuaskan para anggota dimana masih banyak yang harus diperbaiki dimana instagram harus lebih dipahami oleh karyawan bagaimana cara penggunaannya selanjutnya penggunaan brosur harus lebih

rutin dan desainnya harus lebih menarik lagi, selanjutnya voucher belanja menurut anggota sendiri masih kurang puas dalam pelaksanaannya karena tingkat minimum pembelian barang yang tinggi menjadi alasan anggota tidak terlalu puas.

3. Berdasarkan hasil analisis mengenai bauran promosi terhadap tanggapan pelaksanaan bauran promosi didapatkan upaya untuk meningkatkan pada unit perdagangan dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Ada beberapa upaya bauran promosi yang dilakukan unit perdagangan yaitu dengan alat promosi instagram, brosur, voucher belanja, indikator tersebut harus dikembangkan dan diperbaiki secara menyeluruh supaya mampu mendapatkan hasil yang maksimal dari segi promosi dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

## **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti mengenai bauran promosi terhadap volume penjualan pada unit perdagangan di Koperasi Konsumen Mulia RSUD Majalaya bahwa peneliti akan memberikan saran kepada unit perdagangan tentunya dengan harapan dapat dijadikan gambaran dalam upaya mengoptimalkan bauran promosi untuk meningkatkan volume penjualan, berikut saran tersebut:

1. Peneliti menyarankan unit perdagangan lebih meningkatkan kembali bauran promosi melalui media sosial seperti instagram, facebook dan whatsapp, untuk instagram peneliti menyarankan karyawan harus bisa memahami penggunaan instagram karena banyak yang sudah memanfaatkan instagram

untuk berbisnis contohnya melakukan endorsment kepada *influencer* atau orang yang sudah terkenal di instagram dengan membayarnya untuk mempromosikan barang yang dijual koperasi, selanjutnya penggunaan facebook lebih ditingkatkan kembali seperti mengikuti situs jual beli atau masuk ke komunitas jual beli karena di sana banyak konsumen yang membutuhkan barang pokok. Selanjutnya whatsapp walaupun anggota sangat terbantu dengan whatsapp tetapi peneliti menyarankan untuk karyawan membuat group whatsapp dengan anggota agar lebih mudah dilihat oleh anggota apabila ada barang terbaru atau promo terbaru di unit perdagangan.

2. Peneliti menyarankan unit perdagangan harus memperbaiki kekurangan-kekurangan dari setiap indikator yang sudah dijalankan brosur dan voucher belanja. Untuk brosur Unit perdagangan harus lebih meningkatkan kembali pembagian brosur dengan secara rutin dan memberikan desain yang menarik supaya konsumen lebih tertarik untuk membeli, unit perdagangan juga harus mengkolaborasikan brosur dengan media sosial dengan cara *upload* brosur yang lebih menarik dan tentunya dapat dilihat oleh konsumen. Dan yang terakhir voucher penjualan unit perdagangan harus menurunkan tingkat minimum pembelian supaya konsumen lebih bersemangat dan tertarik berbelanja dan tentunya meningkatkan volume penjualan.

3. Peneliti menyarankan unit perdagangan harus mempelajari *e-commerce* secara mendalam karena pada masa sekarang banyak konsumen melakukan aktivitas penjualan dan pembelian lewat perdagangan elektronik. Peneliti juga menyarankan kepada unit perdagangan untuk mengetahui pemasaran melalui *marketplace*. Marketplace sendiri sebagai alat penyedia website online yang bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli, unit perdagangan bisa mendaftarkan atau membuat toko di marketplace tersebut dengan secara gratis dan dapat dikelola secara efisien dan efektif. Contoh marketplace terbesar yang ada di Indonesia adalah shoppee, tokopedia dan bukalapak. Unit perdagangan bisa memanfaatkan hal tersebut supaya dapat dijangkau oleh konsumen secara luas tidak hanya anggota koperasi melainkan non anggota koperasi harus lebih ditingkatkan kembali dan tentunya meningkatkan volume penjualan pada unit perdagangan. Disini peneliti sedikit memberikan contoh pendaftaran di salah satu marketplace yang sedang banyak dikunjungi oleh para konsumen:

- a. Download aplikasi shoppee di google Playstore kemudai klik daftar.
- b. Masukan nomor telepon dan kode verifikasi, kemudian klik daftar.
- c. Verifikasi nomor ponsel dan email yang didaftarkan.
- d. Masukan username sesuai yang diinginkan.

Dari langkah-langkah tersebut sudah bisa memiliki toko online disalah satu marketplace secara gratis tanpa ada biaya sedikitpun dan bisa langsung dikelola oleh pengguna.