

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian secara keseluruhan dengan judul analisis bauran promosi dalam Upaya meningkatkan penjualan kepada Non Industri Pengolahan Susu (Studi Kasus pada Unit Usaha Susu Sapi Perah Koperasi Peternak Garut Selatan, Desa Cibodas Kecamatan Cikajang, Kabupaten Garut, Jawa Barat), maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis deskriptif mengenai strategi promosi yang digunakan oleh unit usaha susu sapi perah KPGS Cikajang, dari beberapa indikator seperti persentase penjualan, pertemuan penjualan, brosur, billboard/papan nama, pemberian potongan harga, publisitas produk, kegiatan masyarakat, dan situs web, dapat disimpulkan bahwa bauran promosi telah dilaksanakan dengan baik secara umum. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek dalam pelaksanaan bauran promosi yang belum optimal.
2. Berdasarkan tanggapan dan harapan pelanggan terhadap bauran promosi yang dilakukan oleh unit usaha susu sapi perah yaitu untuk keseluruhan tanggapan mendapatkan skor 1.280 termasuk dalam kriteria Cukup Baik sedangkan untuk harapan mendapatkan skor 1.476 termasuk dalam kategori penting. Dalam diagram kartesius dapat diketahui bahwa ada indikator bauran promosi yang termasuk dalam kuadran I, yaitu brosur dan situs web. Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran II adalah presentasi

penjualan, pertemuan penjualan, pemberian potongan harga, dan kegiatan masyarakat. Sementara itu, *billboard* atau papan nama masuk dalam kuadran III, dan publisitas produk masuk dalam kuadran IV. Dari hasil diagram kartesius tersebut, dapat disimpulkan bahwa ada dua indikator bauran promosi yang perlu diperbaiki oleh unit usaha susu sapi perah KPGS Cikajang pada kuadran I, yaitu situs web yang memiliki skor harapan tinggi 196 dan tanggapan rendah 125, sedangkan brosur memiliki skor harapan tinggi 186 dan tanggapan rendah 128 yang dimana kedua indikator tersebut termasuk kategori penting tetapi kurang baik dalam pelaksanaannya.

3. Berdasarkan analisis konten mengenai strategi promosi yang digunakan oleh unit usaha susu sapi perah KPGS Cikajang, dari beberapa indikator seperti persentase penjualan, pertemuan penjualan, brosur, billboard/papan nama, pemberian potongan harga, publisitas produk, kegiatan masyarakat, dan situs web. Meskipun beberapa aspek strategi promosi sudah dilakukan dengan baik, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki, seperti peningkatan tampilan dan informasi dalam brosur, papan nama/billboard, serta penyebaran informasi potongan harga kepada pelanggan. Dalam hal publikasi dan hubungan dengan masyarakat, koperasi telah mengambil langkah yang baik, tetapi untuk situs web perlu ditingkatkan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan susu sapi perah.
4. Berdasarkan hasil analisis mengenai tanggapan dan harapan pelanggan terhadap bauran promosi dari unit usaha susu sapi perah KPGS Cikajang,

dapat disimpulkan bahwa upaya untuk meningkatkan penjualan melalui bauran promosi terfokus pada perbaikan dan peningkatan pembagian brosur dan situs web. Kedua indikator ini perlu diperhatikan karena informasi yang jelas dan baik mengenai produk yang dijual oleh unit usaha susu sapi perah dapat menarik minat masyarakat untuk berbelanja di sana. Perbaikan dan peningkatan pada pembagian brosur dan situs web ini penting, mengingat harapan konsumen terhadap kedua indikator ini termasuk dalam kriteria yang penting. Melalui perbaikan tersebut, diharapkan akan terjadi peningkatan penjualan yang pada akhirnya memberikan manfaat bagi anggota dan koperasi.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis mengenai analisis bauran promosi untuk meningkatkan penjualan kepada non-Industri Pengolahan Susu pada unit usaha susu sapi perah KPGS Cikajang, penulis ingin memberikan beberapa saran kepada unit usaha susu murni sebagai pemicu dalam upaya mengoptimalkan bauran promosi untuk meningkatkan penjualan.

Aspek Teoritis

Para akademisi dan pembaca diharapkan mampu memberikan sumbangan dalam memperkaya pengetahuan dan wawasan baru terkait ilmu yang relevan dengan topik penelitian, khususnya dalam bidang manajemen bisnis dan

pemasaran. Bagi calon peneliti di masa mendatang, peneliti menyarankan saran sebagai berikut:

1. Disarankan bagi para akademisi yang akan meneliti tentang bauran promosi agar bisa mengembangkan Kembali teori-teori yang ada mengenai bauran promosi bukan hanya dari hasil skripsi ini melainkan mencari kembali sumber-sumber yang lebih uptodate mengenai bauran promosi.
2. Meneliti lebih dalam tentang bauran promosi penjualan: Penelitian lanjutan juga dapat dilakukan untuk memahami bauran promosi yang paling efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat membantu koperasi dalam merancang strategi promosi yang lebih efektif dan tepat sasaran.

Aspek Praktis

1. Disarankan kepada unit usaha susu sapi perah untuk menyisihkan Sebagian laba dari hasil penjualan susu untuk biaya pembuatan brosur agar pelaksanaan brosur bisa terus berjalan dan untuk display brosur diusahakan dibuat lebih menarik dengan membuat perpaduan warna brosur yang lebih terang lagi serta menambahkan isi-isi yang dapat menarik minat konsumen seperti menambah quotes KPGS agar bisa menarik minat konsumen untuk membeli susu
2. Disarankan untuk unit usaha sapi perah KPGS Cikajang mengoptimalkan Kembali pembuatan brosur yang semenarik mungkin

dan dalam pembagian brosurnya harus dilakukan secara rutin minimal dalam satu bulan sekali penyebaran agar meminimalisir biaya promosi dan penyebaran brosur tetap berjalan.

3. Disarankan agar unit usaha susu sapi perah KPGS Cikajang mengoptimalkan penggunaan promosi melalui situs web dengan sebaik-baiknya. Promosi melalui internet, khususnya melalui situs web, memiliki potensi yang besar karena dapat mencapai audiens yang lebih luas dan biayanya relatif murah. Oleh karena itu koperasi harus menetapkan karyawan khusus yang dapat mengoperasikan web secara maksimal agar webnya bisa terus berjalan dan konten-konten di dalamnya dapat menarik perhatian konsumen susu sapi perah KPGS Cikajang.