

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Bedasarkan hasil pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan dari topik penelitian yang membahas mengenai Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan :

1. Dari wawancara dengan pemilik diketahui bahwa penerapan Bauran pemasaran telah dilaksanakan dengan cukup baik namun Faktor *Place* belum diterapkan dengan baik oleh pemilik karena pada awal pembentukan usaha tidak terlalu direncanakan.
2. Secara keseluruhan penilaian konsumen terhadap penerapan bauran pemasaran mendapatkan total skor sebesar 1406 dan mencapai kriteria **“Baik”**. Namun pemilik harus memperbaiki ataupun meningkatkan indikator yang mendapatkan skor cukup baik diantaranya penetapan harga yang memang sesuai dengan kualitas namun konsumen mempunyai harapan agar harga bisa sedikit diturunkan, harga dibandingkan pesaing yang mana harga yang ditawarkan masih terbilang cukup tinggi jika dibandingkan pesaing, fasilitas promosi dan efektivitas promosi karena memang sudah ada promosi seperti promosi berbayar di social media, promosi melalui media cetak dan pada media online. Tetapi promosi yang dilakukan Bandung Cloth Project masih terbatas dan tidak terlalu rutin dan hanya dilakukan pada platform tersebut terus menerus tanpa mengikuti perkembangan platform yang ada, dan lokasi usaha usaha yang masih belum strategis karena tidak berada di pinggiran jalan yang strategis.

3. upaya yang sudah dilakukan adalah dengan meningkatkan penggunaan media sosial yang ada serta memberikan promo-promo potongan harga dalam event-event tertentu, Namun upaya-upaya yang sudah dilakukan bisa dikatakan belum optimal karena tidak ada perubahan signifikan terhadap volume penjualan dari Bandung Cloth Project.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dari itu peneliti memberikan beberapa saran sehingga diharapkan dapat bermanfaat baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bahan masukan Pemilik dalam menentukan kebijakan yang akan diambil mengenai Bauran pemasaran.

a. Secara Teoritis

- 1) Bagi peneliti lain agar melakukan penelitian lebih lanjut mengenai bauran pemasaran dengan metode lain yang lebih mendalam seperti metode kualitatif dengan menggunakan wawancara sehingga mendapatkan jawaban yang lebih jelas dari konsumen serta alasan-alasan yang lebih baik.
- 2) Menggunakan teori lain yang bisa mencakup seluruh aspek bauran pemasaran yang ada ataupun menggunakan teori yang sudah dikembangkan seperti 7P

b. Secara Praktis

- 1) Melakukan penilaian ulang dengan mempertimbangkan harga dari pesaing dalam menentukan harga dari suatu produk sehingga harga yang ditawarkan bisa lebih bersaing

- 2) Pemilik dapat menggunakan dan menyediakan lebih banyak fasilitas promosi lagi seperti penggunaan endorse Influencer social media dan kolom iklan pada radio serta surat kabar.
- 3) Agar promosi menjadi lebih efektif pemilik dapat melakukan analisis berdasarkan aktifitas promosi setiap bulannya agar dapat memilah kegiatan promosi mana yang paling efektif untuk dipertahankan dan aktifitas yang harus diberhentikan serta mana yang harus dikembangkan.
- 4) Dalam penggunaan promosi online pemilik dapat menggunakan fitur analytics yang disediakan platform online agar kegiatan promosi lebih efektif dan efisien.
- 5) Untuk lokasi usaha pemilik dapat memaksimalkan lokasi yang dimiliki sekarang dengan membangun awareness konsumen dengan pemasangan spanduk, neon box serta penambahan lokasi di aplikasi peta yang umum digunakan konsumen.