

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai implementasi bauran pemasaran dalam kaitannya dengan volume penjualan pada usaha Mie Ayam Bakso Pak Sulis Pogung, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Penerapan bauran pemasaran di Usaha Mie Ayam Bakso Pak Sulis Pogung sejauh ini adalah sebagai berikut:
 - a) Mengedepankan kualitas produk mulai dari bahan baku hingga bahan jadi yang disajikan kepada konsumen. Menambah variasi dan melabelkan sertifikasi halal. *Upgrade* kemasan *takeaway* yang lebih *eco-friendly* dan mudah dibawa.
 - b) Menetapkan harga dipertimbangkan dari lokasi usaha yang berada di wilayah kampus dan dekat dengan pemukiman warga serta menghitung perkiraan pendapatan laba kurang lebih 30% yang diikuti dengan memperhatikan harga pesaing.
 - c) Lokasi usaha strategis. Saluran distribusi yang diberlakukan yaitu jenjang saluran (0) dimana penjualan dilakukan secara langsung dari penjual ke konsumen akhir. Bermitra dengan *food delivery service* agar memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk.
 - d) Promosi yang dilakukan masih menjalankan *personal selling* dan belum memanfaatkan iklan pada platform seperti media sosial.

2. Berdasarkan hasil kuesioner yang kemudian di analisis ke dalam diagram kartesius, menunjukkan indikator-indikator yang terbagi ke dalam 4 kuadran sebagai berikut:

a) Kuadran A

Indikator lahan parkir, promosi melalui media sosial dan promosi melalui spanduk/banner perlu diprioritaskan peningkatan peformanya karena konsumen memiliki kepentingan yang tinggi namun kinerjanya masih rendah.

b) Kuadran B

Indikator kualitas produk, variasi produk, kemasan *takeaway*, harga yang diberlakukan, harga dibandingkan dengan pesaing, lokasi usaha, kemitraan dengan *food delivery service* peformanya perlu dipertahankan karena penilaian kinerja dan kepentingan tinggi sehingga mencapai kepuasan.

c) Kuadran C

Indikator potongan harga dalam peningkatan peformanya diprioritaskan rendah karena kinerja dan kepentingan konsumen rendah.

d) Kuadran D

Indikator pesan antar menunjukkan kepentingan konsumen rendah namun pelaksanaan atau kinerja tinggi sehingga dinilai berlebihan. Untuk itu perlu dikaji ulang mengenai indikator tersebut untuk mengoptimalkan sumber daya yang dikeluarkan.

3. Upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan yaitu dengan melakukan perbaikan penerapan bauran pemasaran dilihat dari indikator yang berada pada kuadran A diagram kartesius. Sehingga upaya yang dapat dilakukan yaitu memperluas lahan parkir. Memanfaatkan media sosial untuk promosi lebih optimal dan meng-*upgrade* spanduk/banner dengan media cetak yang lebih mudah dilihat dan dibaca konsumen.
4. Peran koperasi untuk mengembangkan usaha anggota dilihat dari penerapan bauran pemasaran (4P) pada unit simpan pinjam dinilai cukup baik. Selain itu peran koperasi lainnya yaitu penyediaan kemasan dan pemberian pelatihan ketrampilan dalam inovasi produk dan manajerial.

5.2 Saran

1. Memperbaiki pelaksanaan dari indikator-indikator yang berada di kuadran A diagram kartesius. Perbaikan lahan parkir yang mana dari pra survey menyatakan bahwa beberapa calon pembeli sempat mengurungkan niat mereka untuk membeli kemudian didukung oleh hasil dari kuesioner mengenai kinerja terhadap lahan parkir yang menunjukkan penilaian yang kurang baik. Oleh karena itu perluasan lahan diperlukan agar lebih membuat pembeli nyaman. Perbaikan promosi melalui media sosial guna memperluas pasar agar menambah jumlah konsumen sehingga meningkatkan volume penjualan. Promosi melalui spanduk/banner disesuaikan dengan lokasi usaha yang cukup berhimpitan dengan bahu jalan sehingga penggunaan neon box dirasa cukup efektif agar mudah dibaca oleh masyarakat yang lewat atau calon pembeli.

2. Mempertahankan pelaksanaan indikator pada kuadran B karena baik kinerja maupun kepentingan dinilai konsumen tinggi.
3. Indikator pada kuadran D dinilai berlebihan karena kepentingan konsumen rendah namun kinerja tinggi. Oleh sebab itu, untuk pelaksanaannya perlu disesuaikan dengan kepentingan konsumen agar dapat mengefisiensikan sumber daya yang dikeluarkan.
4. Untuk meningkatkan volume penjualan, pengusaha perlu melakukan perbaikan penerapan bauran pemasaran dengan mempertimbangkan indikator yang performanya dinilai konsumen masih kurang.
5. Pengurus koperasi perlu melakukan evaluasi mengenai peran koperasi sejauh ini terhadap perkembangan usaha anggota. Peran dan manfaat koperasi disesuaikan dengan kebutuhan anggota yang merupakan pengusaha mie seperti penyediaan bahan baku serta penyediaan peralatan dan perlengkapan.



IKOPIN