

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang bisa ditarik dari hasil dan pembahasan penelitian yang telah ada tentang “Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM” adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Jenang *Al-Husna* Kudus dengan cara menerapkan segmentasi karena segmentasi yang digunakan sudah mencakup semua kalangan, yaitu kalangan keatas yang artinya adalah orang yang mempunyai uang banyak dan kalangan ke bawah yang artinya orang yang mempunyai uang sedikit agar dapat membeli jenang semuanya, untuk *targeting* yang digunakan adalah di tempat-tempat ziarah, seperti Menara Kudus, Makam Sunan Muria, karena ditempat tersebut pelanggan dapat membeli jenang dalam jumlah yang banyak, dan *positioning* yang digunakan dengan menjaga kualitas produk dan mencari sponsor-sponsor di perusahaan besar agar dapat meningkatkan penjualan produk dan pelanggan tetap setia untuk membeli jenang. Jenang *Al-Husna* Kudus juga membedakan harga berdasarkan ukuran pembeliannya, jika pembeliannya berskala besar maka harga tersebut lebih murah tetapi jika pelanggan membeli berskala kecil maka harga jenangnya normal. Jenang *Al-Husna* Kudus melakukan promosi dengan mengikuti beberapa kegiatan, contohnya; bazar, expo, dan kirab jenang 1 suro. Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, pabrik Jenang *Al-Husna* Kudus dapat menciptakan dampak positif bagi pelanggannya dan pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan. Mengikuti berbagai kegiatan promosi dapat meningkatkan permintaan produk yang semakin meningkat dan berjalan dengan lancar.
2. Cara agar dapat mengoptimalkan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Jenang *Al-Husna* Kudus untuk meningkatkan penjualan adalah dengan mempromosikan produk Jenang *Al-Husna* Kudus melalui media sosial yang diposting di Instagram untuk meningkatkan penjualan. Karena jika dipromosikan di media sosial sudah dipastikan UMKM kebanjiran orderan jenang. Melalui Instagram, promosi yang tidak memakan biaya banyak promosi yang bisa dibilang sangat ampuh. Selain melakukan promosi melalui Instagram, melakukan promosi *Word of Mouth* juga dapat meningkatkan penjualan dengan pesat dan juga tidak mengeluarkan biaya yang mahal.

B. Saran

Berdasarkan pengamatan peneliti tentang peningkatan strategi pemasaran produk yang diterapkan di Pabrik *Jenang Al-Husna* Kudus, maka adapun saran yang ingin disampaikan oleh peneliti, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan pengembangan Pabrik *Jenang Al-Husna* Kudus agar terus meningkatkan kualitas produk untuk menarik kepercayaan agar dapat mengembangkan produknya. Dengan pengembangan produk secara terus menerus maka akan menimbulkan ketertarikan pelanggan pada inovasi yang baru saja dibuat oleh Pabrik *Jenang Al-Husna* Kudus. Dapat lebih meningkatkan strategi pemasaran terutama dibidang promosi, karena perkembangan zaman yang semakin pesat agar dapat membuat promosi yang lebih modern lagi guna menarik pelanggan yang banyak pada produk tersebut. Agar dapat meningkatkan volume penjualan serta dapat meningkatkan laba dalam suatu perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar dapat melanjutkan penelitian ini lebih dalam lagi mengenai permasalahan tentang pengaruh *marketing mix* 7P untuk meningkatkan tingkat penjualan lagi. Dengan menggunakan metode analisa yang berbeda, dan menambah variabel yang lain yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan bagi para pembaca skripsi ini untuk lebih memahami secara spesifik tentang *marketing mix* 7P dalam tingkat penjualan diberbagai jurnal, artikel, maupun buku-buku penunjang lainnya.