

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi promosi Kopi Muria Wilhelmina Kudus dalam meningkatkan penjualan dengan judul Analisis Strategi Promosi Kopi Muria Wilhelmina Kudus dalam Meningkatkan Volume Penjualan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi Promosi Kopi Muria Wilhelmina Kudus dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Kopi Muria Wilhelmina menggunakan berbagai promosi untuk memperkenalkan produk-produknya yaitu:

- a. Promosi dengan penjualan langsung berupa mendatangi langsung calon pembeli, baik itu pedagang besar, kecil maupun konsumen.
- b. Promosi dengan menggunakan jaringan atau hubungan masyarakat, diantaranya melalui sanak saudara, tetangga dan lain sebagainya.
- c. Promosi melalui media online diantaranya adalah melalui FB, juga dipasarkan melalui rekening bersama misalnya bukalapak, tokopedia, dan lain sebagainya.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam kegiatan promosi Kopi Muria Wilhelmina guna meningkatkan penjualan adalah:

Faktor Pendukung

- a. Semangat yang tinggi dengan komunikasi yang baik, semangat yang tinggi adalah bentuk motivasi diri untuk mendapatkan hasil yang maksimal, selain itu dengan semangat yang tinggi maka pemilik dan karyawan Kopi Muria Wilhelmina dapat memenuhi kebutuhan dirinya dan keluarganya, dan hal tersebut juga termasuk nilai ibadah bagi dirinya.
- b. Pemberian hadiah dilakukan oleh pemilik dan karyawan kepada pedagang yang membeli produk Kopi Muria Wilhelmina, dan hadiah tersebut biasanya diberikan ketika menjelang hari lebaran.
- c. Wawasan dari pemilik konfeksi (kondisi organisasi yang baik), adalah pandangan yang digunakan untuk menentukan strategi promosi, dengan wawasan tersebut

pemilik konfeksi dapat membaginya dengan karyawan sehingga komunikasi organisasi berjalan dengan baik.

- d. Adanya kerjasama antara pemilik dengan sales dalam melakukan kegiatan promosi, kerjasama yang dijalin diantaranya adalah berbagi wawasan pengalaman, dan terjun bersama di pasar-pasar untuk menawarkan produk-produknya.

Sedangkan faktor penghambatnya adalah :

- a. Kondisi pasar yang permintaan terkadang turun akan menyebabkan daya beli atau minat beli pedagang menurun, biasanya itu terjadi setelah hari raya.
- b. Modal juga mempengaruhi karena untuk melakukan promosi membutuhkan biaya transportasi dan lain-lain. Dengan berkeliling ke pasar-pasar, lokasi wisata religi yang lokasinya di luar kota akan membutuhkan biaya yang lebih, diantaranya digunakan untuk biaya transportasi, dan konsumsi.

B. Saran

Setelah selesai menyusun skripsi ini, peneliti dapat mengemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Selain menitik beratkan pada promosi yang telah dilakukan sebaiknya promosi dikembangkan agar lebih banyak calon pelanggan yang mengetahui produk.
2. Kegiatan promosi tidak perlu takut untuk meningkatkan biaya promosi, karena promosi merupakan senjata yang paling efektif dalam memenangkan persaingan pasar.

C. Penutup

Dengan memanjatkan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan taufiq, hidayah serta inayah-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa penelitian dan pembahasannya masih jauh dari kesempurnaan yang dikarenakan keterbatasan kemampuan peneliti. Untuk itu peneliti senantiasa mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.