

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari keseluruhan hasil penelitian, setelah dilakukan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Kerupuk Edos dalam meningkatkan volume penjualannya adalah menggunakan strategi segmentasi pasar geografis, *targeting*, *positioning* dan strategi bauran pemasaran 4P yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Strategi pemasaran yang diterapkan Perusahaan Kerupuk Edos ini dilakukan dengan menjaga kualitas dan mutu produk, menetapkan harga yang terjangkau dan sesuai dengan harga pasar, saluran distribusi yang baik, dan promosi dari mulut ke mulut, melalui bazar, dan pemberian promo atau diskon kepada pelanggan, pelayanan yang baik kepada konsumen, pengoptimalan kinerja karyawan dengan pemberian *reward* dan bonus.
2. Kendala yang dihadapi oleh Perusahaan Kerupuk Edos dalam menjalankan strateginya diantaranya adalah adanya produk yang rusak, lokasi pasar yang dituju, kendala dalam penentuan harga saat harga bahan baku naik, dan kendala dalam penerapan metode promosi dari mulut ke mulut.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Akademis**

Bagi pihak akademik untuk dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi perpustakaan sebagai bahan acuan bagi penelitian yang akan datang mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan.

### **2. Bagi Perusahaan Kerupuk Edos**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi Perusahaan Kerupuk Edos sebagai bahan pengambilan keputusan di bidang manajemen pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan di Perusahaan Kerupuk Edos. Untuk Kerupuk Edos diharapkan kedepannya untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan strategi pemasaran yang telah diterapkan.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Untuk peneliti yang akan datang bisa dijadikan salah satu referensi dan sumber informasi dan disarankan untuk meneliti dalam kajian yang sama sesuai dengan manajemen pemasaran dengan mengembangkan hasil dari penelitian ini dengan judul yang berbeda.