

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari keseluruhan hasil penelitian, setelah dilakukan analisis dan pembahasan, maka peneliti akan kemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Anugrah Mart adalah menetapkan strategi pemasaran dengan tujuan mencapai keberhasilan perusahaan yang didukung dengan memilih produk yang berkualitas dengan harga yang efektif, saluran distribusi yang baik dan lancar, dan promosi yang efektif. Sehingga dengan hal tersebut sesuai dengan metode bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yang dimana terdiri dari (a) produk (*product*) yang dijual sesuai dengan permintaan masyarakat dan kualitasnya sesuai dengan pengiriman produk dari distributor akan tetapi pimpinan Anugrah Mart meminta produk yang bagus, (b) harga (*price*) yang ditawarkan Anugrah Mart terjangkau dengan menyediakan promo-promo langsung jika perusahaan distributor mengadakannya, (c) distribusi (*place*) sesuai dengan lokasi Anugrah mart yang strategis di dekat keramaian serta mudah ditemui, apalagi sudah bekerjasama dengan pencairan dana PKH, (d) dan promosi (*promotion*) yang sudah terpampang pada brosur dan monitor LED yang sudah disediakan serta mempromosikan lewat *whatsapp* dan *facebook*.

2. Kelebihan dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Anugrah Mart baik dari segi produk atau jasa adalah semua kebutuhan masyarakat tersedia apalagi pembayaran online apapun ada dan juga pembayaran saat belanja bisa tunai dan non tunai. Kemudian segi distribusi Anugrah Mart sudah berada di tempat strategis yang berada di center Desa Jabang Kecamatan Kras Kabupaten Kediri dan dari segi promosinya Anugrah Mart menggunakan brosur dan publikasi yang sudah diterapkan melalui media online maupun media cetak. Sedangkan kekurangan strategi pemasaran dilihat dari segi produk kekurangan dari Anugrah Mart adalah masih adanya produk yang berdebu, dan kerapian dari produk yang kurang rapi, dari segi harga ada beberapa harga yang selisih lebih mahal dari Mini Market lain, dari segi distribusi meski berada di tempat yang sangat strategis hal itu tidak di imbangi dengan halaman parkir dan tempat persediaan kurang dan dari segi promosi sendiri kurang aktifnya untuk melakukan promosi melalui media sosial.

## **B. Saran**

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini digunakan sebagai tambahan informasi bagi para akademisi, bahwa strategi pemasaran sangat diperlukan untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan demikian hal tersebut dapat dijadikan bahan informasi tambahan untuk dikaji lebih lanjut oleh perusahaan retail lainnya.

## 2. Bagi Masyarakat

Hasil peneliti ini diharapkan dapat memberi pemahaman kepada masyarakat luas tentang strategi pemasaran serta memahami pemasaran dengan baik agar dapat meningkatkan volume penjualan, supaya masyarakat terbangun jiwa bisnisnya dan menjadi penggerak perekonomian di masa yang akan datang.

## 3. Bagi Anugrah Mart

Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan kajian dan masukan untuk kedepannya sehingga Anugrah Mart bisa mengembangkan Mini Marketnya menjadi lebih besar lagi, supaya bisa menambah jumlah dan jenis produk sehingga bisa mendapatkan lebih banyak konsumen baik yang berasal dari wilayah Kediri dan sekitarnya khususnya Kecamatan-kecamatan terdekat.

## 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti yang akan datang, hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai arahan, petunjuk, masukan yang relevan, gambaran yang lebih spesifik tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan dengan kajian yang sama sesuai manajemen pemasaran. Kemudian dapat mengembangkan hasil dari penelitian ini dengan judul yang berbeda.