

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat ditarik kesimpulan tentang strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada Usaha Telur Asin Anza Desa Bacem Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar, sebagai berikut :

1. Strategi promosi yang dilakukan usaha telur asin Anza dalam meningkatkan volume penjualan yaitu a) Penjualan Perseorangan dengan cara di awal memulai usaha pemilik melakukan penawaran langsung kepada konsumen mengenai produknya. b) Promosi penjualan dengan menggunakan media pameran dan sampel produk, c) Periklanan dengan menggunakan media sosial (*Facebook, Instagram, WhatsApp*), dan media outdoor (baju kaos, dan banner).
2. Kendala yang dihadapi oleh Telur Asin Anza dalam melakukan promosi untuk meningkatkan volume penjualannya adalah kendala internal dan eksternal. Kendala internal berupa: a) Sulit meyakinkan konsumen untuk percaya terhadap produk, b) Kurang efektif dalam melakukan promosi dan media yang digunakan terbatas, c) Kurang menarik dalam melakukan posting produk. Kendala eksternal berupa: a) Adanya banyak pesaing, b) Harga telur yang mengalami naik dan turun. Adapun solusi internal yang ditempuh adalah a) meyakinkan konsumen supaya tidak ragu, jujur dalam

menyampaikan tentang produk yang ditawarkan dan merekomendasikan konsumen untuk datang langsung ke tempat usaha, b) membuat akun khusus untuk usaha dan merekrut karyawan untuk promosi dan pembelian secara online, c) memperbaiki postingan dengan menambahkan penjelasan dan memperbaiki kualitas gambar. Adapun solusi eksternal yang ditempuh adalah: a) mempertahankan kualitas dari telur asin, membangun hubungan baik dengan konsumen, dan pelayanan yang baik, b) pihak pengusaha dengan tidak menaikkan harga jual melainkan mengurangi sedikit laba yang akan diperoleh pengusaha akan menaikkan harga apabila kondisinya benar-benar terdesak dan tidak ada solusi lain selain menaikkan harga jual telur asinnya.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, bahwa dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

### **1. Bagi Pengusaha**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau pertimbangan dalam menyusun strategi yang lebih baik di masa yang akan datang, terutama dalam strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan.

### **2. Bagi Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi akademik untuk dijadikan sebagai referensi bagi civitas akademik Institut Agama

Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, khususnya terkait strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan.

### 3. Bagi Konsumen

Diharapkan dapat menjadi informasi untuk konsumen mengenai produk yang dimiliki perusahaan dan konsumen menjadi lebih bijak dalam memilih produk.

### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan tema yang sama, tetapi model dan teknik analisis lain sehingga dapat dilakukan proses verifikasi demi kemajuan ilmu pengetahuan.