

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Perencanaan strategi promosi UMKM Sheo Sweet dibagi menjadi dua yaitu perencanaan strategi jangka panjang dan perencanaan strategi jangka pendek. Perencanaan strategi jangka panjang meliputi tujuan produk yang berfokus pada upaya merebutkan posisi pasar, peluang pasar yang bertujuan untuk mengukur kemampuan pasar yang dihadapi, dan kesuksesan pasar yang bertujuan untuk melihat keunggulan yang dimiliki oleh produk. Sedangkan untuk perencanaan strategi jangka pendek, UMKM Sheo Sweet melakukan strategi promosinya melalui promosi *online* dan promosi *offline*. perencanaan strategi promosi *online* dilakukan dengan menggunakan sosial media seperti aplikasi Instagram, WhatsApp, dan Facebook. Sedangkan perencanaan melalui strategi promosi *offline* yaitu dengan menggunakan media mulut ke mulut, pembayaran melalui Shoppe pay dan Ovo akan mendapatkan *cashback* sebesar 30%.

Dalam implementasi strategi promosi, UMKM Sheo Sweet menggunakan strategi seperti melakukan inovasi pada produk serta mengevaluasi kualitas produk yang dihasilkan, melakukan promosi secara *online* dan *offline*, dan pengelolaan manajemen yang dilakukan oleh

pemilik UMKM Sheo Sweet masih tergolong efektif karena usaha UMKM Sheo Sweet masih belum termasuk ke dalam usaha makro. Sedangkan dalam implementasi strategi pemasarannya UMKM Sheo Sweet menggunakan ukuran segmentasi pasar melalui segmentasi geografis dan segmentasi demografis, pada penetapan pasar UMKM Sheo Sweet menargetkan anak-anak sampai orang dewasa, untuk posisi pasar UMKM Sheo Sweet memiliki keunggulan dalam produk yang bervariasi dan beragam untuk menarik minat konsumen. Jika dilihat dari bauran pemasaran, implementasi strategi pemasaran UMKM Sheo Sweet dapat dilihat dari segi produk yang berkualitas, harga yang cukup terjangkau, promosi yang efektif, dan lokasi atau tempat yang strategis dan mudah untuk dijangkau.

Pemilik UMKM Sheo Sweet memiliki evaluasi terhadap segmentasi pasar yang disesuaikan dengan karakteristik konsumen, target konsumen saat ini masih anak-anak sampai dengan orang dewasa, untuk kedepannya pemilik UMKM Sheo Sweet akan mengevaluasi agar orang yang lebih tua juga memiliki minat terhadap minuman susu. Dalam posisi promosi saat ini, UMKM Sheo Sweet berada di tengah masyarakat dengan tingkat konsumsi yang tinggi dan tingkat pendapatan menengah kebawah membuat pemilik harus pintar-pintar dalam mengevaluasi harga, pada posisi UMKM Sheo Sweet saat ini, lokasinya sangat terjangkau dan menjadi satu-satunya outlet dengan minuman susu yang memiliki variasi beragam. Dan yang terakhir evaluasi terhadap bauran pemasaran ada pada elemen produk, harga, tempat dan waktu, promosi, dan proses produksi.

## **B. SARAN**

Berdasarkan temuan diatas bahwa diajukan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Bagi UMKM Sheo Sweet

Melihat dari strategi promosi yang telah diterapkan sebelumnya, sebaiknya UMKM Sheo Sweet melakukan promosi *offline* dengan lebih maksimal dan memberikan promosi berupa pemesanan *delivery order*, UMKM Sheo Sweet juga dapat mengembangkan bisnisnya menjadi bisnis *franchise*, untuk mengatasi adanya banjir orderan, UMKM Sheo Sweet dapat menambah karyawan agar konsumen tidak menunggu lama untuk mengantri.

### 2. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dan menambah literasi keilmuan di bidang strategi promosi.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan ataupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan dan objek penelitian yang berbeda dengan menggunakan studi komparatif hingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang telah penulis teliti.

## **C. PENUTUP**

Syukur Alhamdulillah sebagai penulis, saya memanjatkan doa atas kehadiran Allah SWT atas berkah, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “STRATEGI PROMOSI DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PADA PRODUK MINUMAN SUSU”.

Dalam pembahasannya, tentunya skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan keterampilan dan kurangnya pengetahuan penulis. Untuk itu, saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan karya ini. Semoga amal baik mereka dibalas oleh Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini menjadi manfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.