

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas mengenai strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada Zhafira Shop, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran di Zhafira Shop adalah:

1. Strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh Zhafira Shop yaitu Produk yang dijual di Zhafira Shop ada berbagai macam barang seperti pakaian, mebel, gerabah dan keperluan rumah tangga lainnya. Produk-produk yang ditawarkan oleh Zhafira Shop merupakan produk dengan mutu yang baik. Penetapan harga di Zhafira Shop adalah dengan mengambil keuntungan sebesar 20% dari seluruh biaya yang dikeluarkan. Lokasi toko Zhafira Shop berada di jalan raya Bandung-Campurdarat tepatnya di RT 03 RW 01 dusun Duren desa Gombang kecamatan Pakel kabupaten Tulungagung. Strategi promosi yang dilakukan oleh Zhafira Shop adalah dengan menggunakan media sosial, mengikuti bazar dan pameran, serta dari mulut ke mulut.
2. Kendala yang dialami oleh Zhafira Shop dalam strategi produknya adalah pada saat barang yang dikirim rusak dan pada saat mengalami kelangkaan produk. Kendala yang dialami dalam strategi penetapan harga ketika produk yang ditawarkan mengalami kelangkaan maka harga produk mengalami kenaikan. Kendala yang dialami oleh Zhafira Shop dalam melaksanakan strategi tempat adalah kurangnya konsumen yang datang karena tempatnya yang tidak berada di pusat kota. Kendala yang dialami oleh Zhafira Shop dalam melaksanakan promosi adalah pada saat promosi dari mulut ke

mulut mempromosikan kekurangan Zhafira Shop dan juga ketika akun sosial media yang dimiliki oleh Zhafira Shop terbajak.

3. Solusi dalam menghadapi kendala produk adalah dengan mengganti barang yang rusak dan menyetok barang yang diprediksi akan mengalami kelangkaan. Solusi dalam menghadapi kendala harga adalah dengan menyetok barang sebelum ada kelangkaan produk agar pada saat produk tersebut langka dan mengalami kenaikan harga jual Zhafira Shop tetap sama dan tidak mengalami kenaikan. Solusi yang dilakukan oleh pihak Zhafira Shop dalam menghadapi kendala tempat adalah dengan menggalakkan penjualan secara online. Solusi yang dilakukan oleh Zhafira Shop dalam menghadapi kendala strategi promosi adalah dengan tetap melakukan promosi dengan kejujuran dan segera mengganti akun sosial media pada saat akun sosial media tersebut tidak dapat digunakan lagi.

B. SARAN

1. Bagi Akademis

Untuk bisa dijadikan referensi dan informasi tentang strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan.

2. Bagi Zhafira Shop

Penelitian ini diharapkan berguna bagi usaha jual beli Zhafira Shop sebagai bahan pengambilan keputusan di bidang manajemen pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan di Zhafira Shop. Penelitian yang saya lakukan di Zhafira Shop mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan sudah sangat bagus, akan tetapi harus dipertahankan, kalau bisa ditingkatkan lagi.

3. Bagi Peneliti yang Akan Datang

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 dalam usaha jual beli dengan mengembangkan hasil dari penelitian ini dengan judul yang berbeda.