

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan bauran pemasarannya meliputi:
 - a. Produk yang ditawarkan Soes Merdeka Gresik berjumlah lebih dari 150 jenis.
Diantaranya bakery, kue tart, kue kering, kue lebaran, hantaran, parcel, dsb.
 - b. Soes Merdeka Gresik menetapkan harga menggunakan metode *cost plus pricing method*, yaitu menetapkan harga jual produk dengan menjumlahkan antara biaya total dan laba yang diinginkan oleh perusahaan.
 - c. Sistem distribusi yang digunakan oleh Soes Merdeka Gresik adalah distribusi langsung.
 - d. Untuk mengkomunikasikan produk perlu disusun suatu strategi yang sering disebut dengan strategi bauran promosi (*promotion mix*) yang terdiri dari empat komponen utama yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*) dan penjualan perseorangan (*personal selling*).

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan (*advertising*) adalah jasa periklanan yang berguna untuk menekspresikan peluang sekaligus mendramatisasi produk yang dijual oleh perusahaan melalui penggunaan percetakan dengan warna yang berseni supaya dapat menarik perhatian konsumen atau pelanggan.

Advertising merupakan media yang sudah tersebar luas yang dapat memungkinkan produk yang dijual oleh perusahaan dapat terjual dan dipesan berulang-ulang oleh konsumen. Iklan juga dapat memungkinkan para konsumen untuk menerima sekaligus membandingkan pesan yang disampaikan dengan pesaing lainnya. Soes Merdeka Gresik menggunakan periklanan dengan cara berusaha membuat desain produk sebaik mungkin, agar para konsumen tidak jenuh dengan apa yang sudah Soes Merdeka Gresik tampilkan.

2. Penjualan (*Sales Promotion*)

Penjualan (*sales promotion*) adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif, yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Tujuannya agar penjual bisa menggunakan promosi konsumen untuk meningkatkan penjualan jangka pendek atau membangun pangsa pasar jangka panjang. Soes Merdeka Gresik menggunakan penjualan atau *sales promotion* dengan cara memberikan voucher 50.000 saat *customer* melakukan pembelian dan berhak ditukarkan saat pembelian selanjutnya dan diskon potongan 10.000 untuk pembelian 3 macam roti dengan minimal pembelian 100 kotak.

3. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Hubungan masyarakat (*public relations*) adalah sesuatu yang direncanakan berupa komunikasi persuasif yang di desain untuk

mempengaruhi segmen publik tertentu. Jadi kehadiran *public relations* di dalam sebuah perusahaan atau organisasi dapat menggunakan komunikasi persuasif di beberapa kegiatannya dan untuk publik tertentu yang hanya ditargetkan untuk menerima pesan dari komunikasi persuasif yang disampaikan oleh *public relations* sebuah perusahaan. Fungsi *public relations* adalah membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Definisi ini menempatkan *public relations* sebagai fungsi manajemen, yang berarti bahwa manajemen di semua organisasi harus memerhatikan *public relations*.

4. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan (*personal selling*) adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya. Kegiatan penjualan perseorangan (*personal selling*) ini sangat penting untuk meningkatkan ekuitas merek perusahaan dan ekuitas setiap merek. **Tujuan utama *personal selling*** adalah melakukan tindakan persuasive kepada calon pembeli sehingga akan mampu didapat *feedback* saat itu juga dalam bentuk pembelian produk untuk kemudian mau menjadi *loyal customer* dari produk tersebut.

1.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti mengajukan rekomendasi yang diapandang berguna dan dapat mempertimbangkan agar bisa meningkatkan volume penjualan Soes Merdeka Gresik :

1. Kepada pemilik/pemimpin Soes Merdeka Gresik diharapkan mengevaluasi terhadap strategi Soes Merdeka Gresik, agar mampu dalam mewujudkan peningkatan pada volume penjualan dari tahun ke tahun.
2. Dalam pengembangan produknya Soes Merdeka Gresik hendaknya berkreasi dalam menentukan model, desain dan macam-macam, seperti menambahkan kreatifitas bentuk bakery yang di jual, menambahkan bermacam-macam desain kemasan, agar konsumen selalu merasa puas hendak melakukan
3. Dalam menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas harus tetap dipertahankan.
4. Memilih dan mengelola saluran perdagangan di mana yang dipakai menyalurkan produk dapat mencapai pasar sasaran. Seperti menempatkan lokasi penjualan yang strategis.
5. Mengembangkan sistem distribusi untuk mengirim dan penanganan produk secara fisik.
6. Lebih memperluas jaringan promosi, yang dimaksud disini adalah memperluas seperti membuat brosur untuk dibagikan kepada masyarakat.

7. Memperbanyak promosi yang harus ditawarkan agar semakin menarik konsumen untuk membeli, promosi bisa dilakukan dengan cara buy 2 get 1 free atau potongan diskon yang menarik.
8. Untuk peneliti dilanjutkan bisa dilakukan dengan meneliti lebih dalam khususnya mengenai Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Soes Merdeka.