

## BAB 7

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 7.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian beserta dengan analisis yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa :

- a. Solusi dari pelaksanaan *door to door* terbukti ampuh untuk meningkatkan penjualan dari Toko X. Dapat dilihat bahwa Toko X mendapatkan sebanyak 4 pelanggan baru dari kunjungan ke 6 pelanggan. Dari 4 pelanggan baru tersebut melakukan pembelian total 605 pk KCDF4, 40 pk AP 120 A3+, dan 20 pk AP 120 A3+ varian baru. Selain itu, penambahan varian baru dari AP 120 A3+ juga laris dan diminati oleh pembeli, terbukti bahwa dalam 4 hari kerja sudah terjual habis semua stok uji cobanya (30pk).
- b. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 yaitu Matriks BCG, PLC dengan 4P, SWOT terbukti dapat meningkatkan penjualan yang dialami Toko X dan sudah terbukti pada implementasi solusi yang dirancang dari ketiga metode tersebut. Pada bulan Juli 2023 selama 9 hari kerja sudah dapat meningkatkan penjualan sebesar 5,88% untuk KCDF4 dan 16,67% untuk AP 120 A3+ dibandingkan dengan bulan Juli 2022. Hal ini sudah terbukti mencapai CSF yang telah ditentukan dalam penelitian.
- c. Terdapat 5 dari 6 rancangan solusi yang berhasil diimplementasikan untuk meningkatkan penjualan Toko X. Terdapat satu implementasi solusi yang gagal untuk diterapkan, yaitu mengganti supplier baru dikarenakan harga produk pada distributor yang dituju hampir sama dengan supplier sebelumnya, alhasil pemilik Toko X tidak ingin memilih distributor baru tersebut. Selain implementasi solusi ini, semua sukses untuk diterapkan selama implementasi.

#### 7.2. Saran

Hasil dari implementasi ide usulan dari penulis berupa pemasaran/promosi menunjukkan bahwa masing ada peluang untuk meningkatkan penjualan Toko X ini. Berikut saran-saran yang dapat penulis berikan untuk Toko X :

- a. Metode *door to door* ke pelanggan baru harus dijalankan terus menerus karena hal ini terbukti berpengaruh besar terhadap kenaikan penjualan selama implementasi.

- b. Melakukan promosi lebih menarik lagi seiring berjalannya waktu, dikarenakan promosi pada zaman sekarang tergolong penting.
- c. Memberikan pelayanan lebih baik lagi agar pelanggan merasa puas dan setia untuk berbelanja di Toko X tersebut.

Dengan saran-saran yang telah diberikan, penulis berharap agar penjualan Toko X akan terus naik ke depannya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agusri. (2019). Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Mebel Sinar Barokah Tanjung Karang Kabupaten Muara Enim. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 16(3), 192-203.
- Agusta, T. (2019). Pengaruh Harga Jual terhadap Volume Penjualan dan Implikasinya terhadap Laba Bersih. Penerbit Universitas Komputer Indonesia.
- Borden, H. (1964). *The Concept of the Marketing Mix. Journal of Advertising Research*, 4(2), 2-7.
- Dalimunthe, R., Sayekti, W., dan Suryani, A. (2020). Analisis Daur Hidup Produk (*Product Life Cycle*) Bihun Tapioka di Provinsi Lampung. *Jurnal UNILA*. 8(2), 203-209.
- Dewi, M. (2020). Analisis Pengaruh Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Morris Bakery Kota Langsa. *Jurnal Samudera Ekonomika*, 4(2), 191-200.
- Fernando, F. (2018). Strategi Sistem Pemasaran menggunakan Metode *Marketing Mix* di PT. Adibfood Padang. Penerbit STTIND Padang.
- Hartono, N., dan Sunarsasi. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar. *Jurnal Translitera*, 9(1), 11-31.
- Ilhamsyah, R. (2021). Analisis Bauran Pemasaran Eceran (Ritel) terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Muslim Madani di Pekanbaru. Penerbit Universitas Islam Riau
- Ilmiyah, Z. (2018). Analisis Siklus Hidup Produk (*Product Life Cycle*) Produk Batik Damas Kabupaten Jember. *IAN Jember*, 1(1), 36.
- Karim, I. (2019). Optimalisasi Pengembangan Produk *Core Competent* pada Usaha Wajik Lokal Mandar sebagai Alternatif Pendapatan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika*, 16(1), 75.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey. Prentice Hall.
- Mulyanti, D. (2023). Analisis Matriks Boston Consulting Group (BCG). *Among Makarti*, 2(1), 48-71.
- Putra, Y. (2014). Analisis Matriks Boston Consulting Group (BCG) pada Sepeda Motor Merek Honda. *Among Makarti*, 7(13), 48-70.

- Putri, A., dan Ferdinand, T. (2016). Analisis Pengaruh Citra Toko dan Harga Kompetitif terhadap Keputusan Pembelian pada Toko H.A Laury di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1-13.
- Ratnawati, S., dan Astuti, A. (2020). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58-69.
- Rahmayani, A. (2021). Strategi Penetapan Harga Guna Meningkatkan Penjualan pada Toko Bonaza Mart Malang. Penerbit Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Rosaliza, M. (2015). Wawancara Sebuah Interaksi Komunikasi dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmu Budaya*, 11(2), 71-79.
- Setiyono, J., dan Sutrimah. (2016). Analisis Teks dan Konteks pada Iklan Operator Seluler (XL dengan Kartu As). *Jurnal Pedagogia*, 5(2), 297-310.
- Sululing, S., dan Asharudin, D. (2016). Analisis Harga Pokok Penjualan pada Laba di Apotik Kimia Farma. *Jurnal Ekonomi*, 21(1), 23-42.
- Suparman, D. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Penjualan Sparepart Motor di PT SLM. *Jurnal Ekonomedia*, 7(2), 1-16.
- Sunrowiyati, S., dan Agustina, A. (2016). Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Genteng UD Super Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 1(1), 104-114.
- Triastity, R. (2011). *Marketing Plan* sebagai Upaya Pencapaian Strategi Pemasaran Perusahaan Jangka Panjang. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(1), 38-47.
- Wahyuandari, W. (2013) Analisis Matriks Boston Consulting Group (BCG) terhadap Portofolio Produk Guna Perencanaan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan. *EBISMEN*. 1(1), 88-104.
- Widharta, W., dan Sugiharto, S. (2013). Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1-15.
- Zainuddin, M. (2020) Analisis Risiko pada Proyek Pembuatan Lintel Set Point dengan Metode Kualitatif (Studi Kasus : PT XYZ). *Jurnal Peneletian dan Aplikasi Sistem*, 14(2), 113-126.