

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, maka di peroleh hasil penelitian seperti yang di bahas pada bab sebelumnya maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut

1. Strategi bauran pemasaran yang diterapakan oleh UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Produk yang dijual berupa pakan ternak. Harga yang diberikan cukup terjangkau sesuai dengan jenis pakan yang dibeli. Tempat usaha sudah dekat dengan jalan raya utama sehingga arus masuk kendaraan dapat lebih efesien. Untuk promosi masih dilakukan dengan personal selling sehingga perlu upaya dalam menggunakan media sosial sebagai media promosi kepadanya. Bauran pemasaran tersebut sudah dilakukan dengan baik, hanya saja perlu dikembangkan lagi khususnya dibagian promosi sehingga target penjualan yang sebelumnya menurun dapat meningkat lagi dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan dalam jangka panjang.
2. Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli yaitu dari segi pakan yang dijual diusahakan pakan dengan kualitas terbaik dengan harga yang bisa dijangkau oleh pembeli. Menurunnya penjualan bukan karena faktor dalam UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli tetapi karena faktor mobilisasi yang rusak yang menghubungkan Kota Gunungsitoli dengan Kabupaten Nias Utara, sehingga menghambat para pelanggan untuk datang langsung membeli dan kebanyakan hanya memesan lewat angkutan umum yang masih belum mengenal jelas UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli.

## 4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran bahwa bagi pemilik usaha UD Sungai Berkat Kota Gunungsitoli

1. Harus lebih berinovasi dalam memasarkan produk yang ditawarkan, terutama dalam hal tempat/saluran distribusi dan promosi.
2. Dari segi tempat/saluran distribusi perlu adanya perluasan wilayah pendistribusian agar mampu meningkatkan jumlah penjualan dan perlu adanya tempat pemasaran tambahan agar para pelanggan yang ingin membeli tidak harus pergi ke lokasi utama.
3. Dari segi promosi, seharusnya pemilik lebih aktif untuk mempromosikan produk pakan tersebut dengan memanfaatkan teknologi yang sudah berkembang saat ini seperti melalui media sosial berupa whatsapp, facebook, instagram dan media sosial lainnya. Karena promosi merupakan usaha yang dilakukan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan tersebut kepada konsumen yang sehingga nantinya konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian produk tersebut. Dengan adanya promosi yang aktif maka akan memungkinkan bahwa terjadinya penambahan jumlah pembeli yang tentunya akan berimbas pada meningkatnya volume penjualan.