

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Strategi yang telah digunakan oleh UD. Harapan Bunda pada proses pemasaran yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*. Dari ketujuh kegiatan tersebut semuanya sangat penting untuk dilakukan sehingga dapat meningkatkan penjualannya. produk yang dijual UD. Harapan Bunda adalah Kerupuk Incor-incor yang memiliki satu varian yang menggunakan bahan-bahan berkualitas baik dan mutunya terjamin.

Dengan menerapkan strategi bauran pemasaran 7P dapat meningkatkan penjualannya dari tahun ke tahun. Dari strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan UD. Harapan Bunda yang paling sesuai adalah unsur produk, pada kemasan kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda sudah ada keterangan dari kejelasan barangnya, seperti berat atau takarannya untuk kemasan plastik sudah jelas, komposisinya juga jelas, dan sudah ada label udah tertera pada kemasan.

Mengenai dampak strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan UD. Harapan Bunda, bahwa hasil pengamatan dan penelitian strategi bauran pemasaran untuk UD. Harapan Bunda dalam meningkatkan omzet penjualan memiliki dampak positif dan negatif.

Dampak positif yang didapatkan UD. Harapan Bunda yaitu dari segi produknya diminati banyak orang dan sudah ada PIRT dengan Nomor DINKES : PIRT No: 2-15-1202-08-0029-23. Harga jual produknya sesuai dengan kualitas produknya. Dampak negatif yang dirasakan UD. Harapan Bunda mengenai Pemasaran media sosial masih kurang optimal dan banyaknya persaingan dengan produk yang sama.

## **B. Saran**

### 1. Bagi Pengusaha UD. Harapan Bunda

Bagi pihak pengusaha UD. Harapan Bunda hendaknya memperbanyak persediaan produk jika banyak orderan agar persediaan di toko tetap ada dan tidak mengalami kekosongan. Lebih di optimalkan lagi penggunaan sosial media dan *e-commerce* dalam pemasaran dan penjualan Kerupuk Incor-incor ke UD. Harapan Bunda.

### 2. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dan tambahan keilmuan dibidang ekonomi yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

### 3. Bagi Peneliti

Selanjutnya Hasil penelitian diharapkan dapat menjadikan acuan untuk meningkatkan penelitian dan pengetahuan tentang strategi bauran pemasaran UD. Harapan Bunda untuk meningkatkan omzet penjualan, serta memberikan wawasan tentang tema-tema yang serupa. Diharapkan juga untuk para peneliti berikutnya untuk melebarkan penelitian kepada hal-hal yang berkaitan dengan judul supaya semakin luas pengetahuan yang di dapat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhaghassani. S. F. 2016. *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P di Cherryka Bakery*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Alma. B & Doni . J.P . 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung : Alfabeta
- Amanah, Zuraida. 2020. “*Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada BukedBakar Purwokerto*,” Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Arik Adi Wijaya. 2013. Skripsi Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional (Studi Kasus Pada Home Industry Rengginang Halimatus Sa’diyah Kalibaru Di Kabupaten Banyuwangi.
- Basu Swasta. 2014. *Marketing Mix (Bauran Pemasaran)*. Bandung: Abadi Pers
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Ombak.
- Danupranata, Gita. 2015. *Manajemen Perbankan Syariah* . Jakarta : Salemba Empat.
- Eka Hendrayani, Dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Bnadung : Media Sains Indonesia
- Fidliyah Khoirun Nisa. 2021. Skripsi “Strategi Pemasaran Harumanis Lamongan Dalam Meningkatkan Penjualan. Hasil penelitian ini membahas bahwa strategi pemasaran pada Home Industry Harumanis Lamongan.
- Hadi Nugraha, Angipta Soma. 2014. *Strategi pemasaran*. Wonogiri : Pers
- Hermawan. 2013. *Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Syariah, 3(2), 190-199
- Humaika Ida Farida, dkk. 2016. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasarn 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online*. Jurnal Riset Manajemen.
- Isoraite. 2015. *Marketing Mix Theoretical Aspects. International Journal of Research Granthaalayah*.
- Kasmir. 2015. *Bauran Pemasaran Marketing*. Bandung: Media Cetak
- Kotler, P., Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing*. New Delhi: Pearson.
- Longnecker n.d. 2014. *Bauran Pemasaran dalam Bisnis*. Surabaya: Cipta Media

- Lupiyoadi, R. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Meithiana Indrasari. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Nur Lailatul Fitriyah. 2020. Skripsi “ Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD. Wardana Kota Mojokerto Mahasiswi IAIN Kediri.
- Nustaqimah Nur. 2019. Skripsi “ Manajemen Produksi Keripik Incor-incor Dalam Menjaga Stabilitas Produk Pada Usaha Dagang Harapan Bunda Di Kabupaten Mandailing Natal Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.
- Oktarini, Riri. 2022. *Strategi Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Pogorelova, E. V, Yakhneeva, I. V, & Anna, N. 2016. *Marketing Mix for E-commerce*.
- Rad, H.S., Akbari, Z. 2014. *The Role of Brand and Advertising in Marketing Mix (A Review of Marketing Mix)*. *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*, 6(7), 114-127
- Rukajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Depublish.
- Sari, I.P., Medyani, T.S. 2018. *Harga dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Pelanggan* . *Jurnal Sosio E-Kons*.
- Sepang & Lumanaw. 2014. *Marketing Mix Manajemen*. Bandung: Media Perss
- Siagian, P Sondang. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi.
- Singh, M. 2016. *Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage*. *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM)*.
- Slamet Widodo. 2018. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle)*, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kajian Publik*, Vol. 4, No. 1.
- Sugiyono. 2014. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* . Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni V. Wiratna. 2015 *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*, pustakabarupress.

- Sukmadinata, N. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sunyoto. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Yogyakarta : CAPS.
- Teguh, M. 2013. *Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Grafindo.
- Thabit, T.H., Raewf.M.B. 2018. *The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study. International Journal of Social Sciences & Educational Studies*.
- Thamrin Abdullah. Francis Tantri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Udaya. 2013. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Abadi.
- Ujang Sumarwan.2019. *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor : IPB Press.
- Uzeme & Ohen. 2015. *Manajemen Marketing Mix*. Surabaya: Pustaka.
- Wibowo, Dimas Hendika. Arifin, Zainul. Sunarti. 2015. Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (studi pada batik diajeng solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* .
- William J Stanton 2014. *The Effects of Marketing Mix*. Bandung; Pustaka pers