

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian mengenai pengaruh promosi terhadap volume penjualan umpan pancing pada UMKM Rumah Usaha Jamur dan Cacing yaitu:

1. Gambaran promosi dan keputusan pembelian UMKM Rumah Usaha Jamur dan Cacing terdapat indikator dari promosi yang berada dibawah nilai tengah (*median*) dan masuk kedalam kategori buruk, yaitu promosi penjualan, penjualan langsung, dan publisitas. Adapun indikator yang masuk dalam kategori baik yaitu iklan dan penjualan personal. Sedangkan indikator dari keputusan pembelian yang masuk dalam kategori buruk yaitu membeli karena menyukai merek dan membeli karena sesuai kebutuhan dan keinginan. Adapun yang masuk dalam kategori baik yaitu membeli setelah mengetahui informasi produk dan membeli karena rekomendasi orang lain.
2. Promosi memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian UMKM Rumah Usaha Jamur dan Cacing sebesar 63,4%. Artinya apabila promosi ditingkatkan, maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian, dan sebaliknya apabila promosi mengalami penurunan, maka penurunan juga akan terjadi pada keputusan pembelian. Dalam penelitian ini keputusan pembelian dapat ditingkatkan melalui promosi, terutama pada indikator yang relatif tinggi, yaitu iklan dan penjualan personal.

5.2 Implikasi

Implikasi dari hasil penelitian terkait pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian UMKM Rumah Usaha Jamur dan Cacing yaitu masih adanya dimensi dari promosi cukup rendah sehingga akan berdampak pada hasil yang kurang baik seperti rendahnya keputusan pembelian UMKM Rumah Usaha Jamur dan Cacing. Jika promosi tidak diperbaiki dan ditingkatkan, maka keputusan pembelian UMKM Rumah Usaha Jamur dan Cacing akan rendah. Terdapat dimensi dari promosi yang

perlu ditingkatkan yaitu promosi penjualan, penjualan langsung dan publisitas yang lebih baik agar dapat membangun hubungan yang baik dan membuat pelanggan menyukai produk.

5.3 Rekomendasi

Beberapa rekomendasi yang dapat diajukan dalam meningkatkan pengaruh promosi terhadap volume penjualan UMKM Rumah Usaha Jamur dan Cacing yakni sebagai berikut:

1. Upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian pada UMKM Rumah Usaha Jamur dan Cacing harus terus dilakukan dengan cara meningkatkan promosi, terutama pada indikator yang cukup rendah seperti promosi penjualan dengan memberikan penawaran yang menarik dan sampel produk, kemudian penjualan langsung dengan berkomunikasi dan memberikan respon atau tanggapan yang baik, dan publisitas dengan menginformasikan produk yang baik melalui berita dan artikel. Sedangkan pada indikator yang cukup tinggi agar dapat dipertahankan yaitu iklan dengan menyajikan informasi produk dengan penawaran menarik dan penjualan langsung dengan membangun hubungan yang baik.
2. Bagi peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk lebih mencari dan menelusuri lebih dalam terkait indikator lain dari variabel promosi atau variable lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti produk dan harga, distribusi, dan pelayanan. Selain itu disarankan juga untuk melakukan penelitian secara lebih luas pada objek atau industri yang lainnya yang berpotensi untuk dapat dikembangkan, seperti pertanian dan peternakan, serta memperluas cakupan wilayah penelitian.