

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Simpulan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pemasaran yang dilakukan MIS Grosir berfokus pada iklan produk yang efektivitasnya didukung dengan etalase produk yang berkualitas dan berbagai promo menarik.
2. MIS Grosir menerapkan secara maksimal setiap strategi pada masing-masing elemen bauran pemasaran, sehingga menghasilkan pertumbuhan penjualan yang cukup baik. Setiap elemen bauran pemasaran saling memengaruhi dan berkesinambungan satu sama lain. Satu elemen dapat berhasil karena peran dari elemen lain yang juga diterapkan dengan baik.
3. Pola strategi pemasaran MIS Grosir yaitu sebuah urutan yang dimulai dari *product – place – price – physical evidence – promotion – people – process*. Elemen *product, place, price, dan physical evidence* merupakan elemen fundamental yang harus disiapkan dengan baik sebelum produk MIS Grosir dipasarkan kepada konsumen. Setelah elemen fundamental berkualitas, maka barulah elemen *promotion, people, dan process* dijalankan sebagai strategi untuk menarik minat beli konsumen.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, semua etalase produk telah dioptimalkan menggunakan strategi yang sama dari elemen-elemen bauran pemasaran, baik untuk produk *best seller* maupun *non best seller*. Namun, terdapat perbedaan signifikan dalam tingkat penjualan antara kedua jenis produk tersebut. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah untuk meningkatkan penjualan produk *non best seller*.

Saran yang direkomendasikan penulis untuk meningkatkan penjualan produk *non best seller* yaitu sebagai berikut:

1. Membuat *voucher* diskon khusus untuk produk *non best seller* dengan syarat minimal belanja yang sesuai dengan rata-rata transaksi pelanggan MIS Grosir.
2. Mengadakan promo *bundling*, di mana produk *best seller* dan *non best seller* dijual dalam satu paket dengan harga yang lebih murah dibandingkan jika dibeli secara terpisah.
3. Menyelenggarakan *flash sale* khusus untuk produk *non best seller*.