

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari penjelasan yang telah disajikan oleh peneliti sebelumnya pada bab pembahasan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dalam peningkatan penjualan di bejoTani Com diperoleh hasil bahwa produk yang dimiliki BejoTani Com memiliki banyak jenis dan juga terjaga kualitasnya dengan dilakukan perawatan dan pemeliharaan produk yang tepat. Harga jual yang ditetapkan untuk produk bibit disesuaikan berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya dan masih standar harga pasaran. Lokasi tempat gerai toko BejoTani Com merupakan lokasi strategis dan mudah diakses oleh konsumen karena berada di pinggir jalan raya. Promosi yang dilakukan guna menarik konsumen yaitu dengan memasang pamflet di depan gerai agar konsumen mengetahui produk yang dipasarkan, serta mengunggah foto dari produk-produk yang dipasarkan melalui akun *Facebook* dan *Whatsapp*.
2. Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk oleh BejoTani Com dalam implementasinya dilakukan dengan menambah beragam jenis produk dimana menghasilkan produk yang beragam dari yang awalnya hanya memasarkan bibit pohon hutan saja bertambah menjadi produk tanaman bunga, bibit sayur, tanaman toga dan bibit buah. Selain itu juga dilakukan perawatan dan pemeliharaan terhadap produk yang akan

dipasarkan, sehingga mutu dan kualitas produk yang dipasarkan dapat terjamin. Pemilihan lokasi yang strategis juga dapat meningkatkan penjualan produk dari UMKM BejoTani Com.

3. Penjualan pada masa pandemi sempat mengalami penurunan drastis, namun UMKM BejoTani Com dapat bertahan menghadapi permasalahan tersebut, sehingga pada masa pandemi berakhir penjualan produk di UMKM BejoTani Com mengalami peningkatan yang sangat pesat.

B. Saran

Setelah pemaparan kesimpulan tersebut, penulis ingin memberikan saran kepada pihak yang terkait, yaitu:

1. Ketika melakukan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan produk, BejoTani Com perlu untuk melakukan pengamatan terlebih dahulu terhadap produk dan perkembangan terhadap produk tersebut, serta mengetahui strategi yang diterapkan oleh kompetitor dalam memasarkan produk tersebut. Sehingga hal tersebut dapat menjadi referensi terkait produk apa yang akan dipasarkan dan perkembangan produk tersebut.
2. Diharapkan UMKM BejoTani Com tetap dapat mempertahankan kualitas produk yang dimiliki dengan tetap melakukan perawatan dan pemeliharaan yang tepat terhadap produk yang akan dipasarkan, agar tetap menjadi ciri khas yang tidak dimiliki oleh kompetitor.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menemukan temuan penelitian yang lebih menarik terhadap objek usaha lain yang lebih unik serta berbeda dengan objek usaha pada umumnya, dibandingkan dengan

penelitian yang telah ada sehingga penelitian yang dilakukan dapat melengkapi dari penelitian sebelumnya.