

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi manajemen pemasaran yang diterapkan yaitu menggunakan bauran pemasaran 4P, jika dilihat dari segi produk selalu mengembangkan produknya dengan inovatif dengan melakukan inovasi rasa dan kemasan dan mempertahankan kualitas produknya hingga sampai ke tangan konsumen dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas, rutin melakukan pengecekan produk, dari segi harga juga harga yang ditetapkan cukup terjangkau dan juga sudah dikemas dengan berbagai ukuran yang bisa disesuaikan dengan isi kantong konsumen sehingga bisa dijangkau oleh semua kalangan. Harga yang ditetapkan juga sudah sesuai dengan harga yang ada di pasaran, dari segi tempat juga sangat mudah di akses oleh pelanggan karena lokasi yang terletak di pinggir jalan raya, dari segi promosi juga selalu melakukan promosi baik secara *offline* maupun *online*.
2. Peran strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan di Teh Poci Om Nanang yaitu dengan melakukan sebuah pengembangan strategi manajemen pemasaran yang sudah ada lebih optimal dalam meningkatkan penjualan produk. hal tersebut dibuktikan dengan data yang menunjukkan bahwa pada tahun 2020 mendapatkan omzet per-tahun sebesar Rp.200.793.000 dan pada tahun 2021 sudah mengalami peningkatan omzet penjualan rata-rata sebesar Rp. 415.205.000, dan meningkat lagi pada tahun 2022

dengan rata-rata sebesar Rp. 537.463.000 dan pada tahun 2023 dengan rata-rata Rp. 518.638.000. Hal tersebut terjadi tidak lepas dari penerapan strategi manajemen pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran 4P: produk, harga, tempat dan promosi, yang sudah dijalankan dan juga selalu melakukan pengembangan strategi pemasaran yang sudah ada agar lebih baik lagi sehingga omzet penjualannya terus meningkat.

B. Saran

Setelah peneliti menemukan hasil penelitian dari pembahasan, maka peneliti perlu menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Teh Poci Om Nanang tetap melakukan strategi manajemen pemasaran sesuai dengan yang telah dijalankan dan mengembangkan lagi strategi-strategi manajemen pemasaran yang lain, dan juga tetap menjaga hubungan baik dengan konsumen. Peneliti berharap Teh Poci Om Nanang lebih mengoptimalkan lagi pemasarannya di media sosialnya yaitu e-commerce seperti *Facebook* dan *WhatsApp*.
2. Bagi Peneliti selanjutnya dengan tema yang sama yaitu strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat menambah bahasan yang mungkin belum dibahas dalam penelitian ini, dan juga diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya sehingga dapat bermanfaat.