

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi serta didukung oleh analisis data yang telah dilakukan, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan mengenai Peran Strategi Diskon Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada PT. Gramedia Kota Kediri) sebagai berikut:

1. Strategi diskon yang diterapkan di PT. Gramedia Kota Kediri telah dilakukan sejak perusahaan berdiri pada tahun 2010 dan menjadi bagian dari strategi pemasaran perusahaan dalam menarik minat konsumen. Diskon yang diterapkan terdiri dari berbagai jenis, yaitu diskon musiman, diskon lokal, dan diskon karyawan. Strategi penerapan diskon dilakukan dengan memperhatikan besarnya potongan harga, waktu pelaksanaan, serta jenis produk yang didiskon. Program diskon umumnya dilaksanakan pada momen-momen tertentu seperti awal tahun ajaran baru, acara promosi, dan periode khusus lainnya. Produk yang diberikan diskon umumnya berupa buku pelajaran, alat tulis, dan buku populer yang memiliki tingkat kebutuhan tinggi di kalangan konsumen. Penerapan strategi tersebut mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan minat beli karena harga yang ditawarkan menjadi lebih terjangkau.
2. Strategi diskon memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan volume penjualan di PT. Gramedia Kota Kediri. Hal ini terlihat dari

peningkatan jumlah transaksi dan jumlah produk yang terjual selama program diskon berlangsung. Konsumen yang awalnya hanya melihat-lihat produk menjadi terdorong untuk melakukan pembelian ketika terdapat potongan harga, bahkan sebagian konsumen membeli lebih dari satu produk karena merasa memperoleh keuntungan dari harga diskon. Efektivitas strategi diskon tersebut juga tercermin dari data penjualan bulanan yang menunjukkan bahwa penjualan cenderung lebih tinggi pada bulan-bulan tertentu, seperti April, Juni, Juli, Oktober, dan Desember. Tingginya penjualan pada periode tersebut dipengaruhi oleh momentum musiman, seperti tahun ajaran baru, libur sekolah, akhir tahun, serta pelaksanaan program diskon yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dalam jumlah yang lebih besar. Selain meningkatkan volume penjualan, strategi diskon juga membantu perusahaan dalam mencapai target penjualan, mempertahankan laba perusahaan, meningkatkan daya saing, serta mendukung pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan dari tahun ke tahun.

B. Saran

1. Bagi PT. Gramedia Kota Kediri

PT. Gramedia Kota Kediri diharapkan dapat terus melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan strategi diskon agar program yang diberikan tetap sesuai dengan kebutuhan dan minat konsumen. Perusahaan juga perlu menentukan waktu dan jenis produk yang didiskon secara lebih terpusat sehingga strategi diskon tidak hanya

meningkatkan penjualan dalam jangka pendek, tetapi juga mampu mempertahankan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang. Selain itu, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan inovasi, promosi dan pelayanan kepada konsumen agar pelanggan tetap tertarik untuk melakukan pembelian meskipun di luar periode diskon

2. Bagi peneliti selanjutnya

Pembahasan mengenai peran strategi diskon ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis berharap kepada peneliti selanjutnya untuk menjadikan kekurangan – kekurangan dalam pembahasan mengenai peran strategi diskon dalam meningkatkan volume penjualan tersebut sebagai kajian agar dapat dilengkapi sehingga kedepannya dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik dan sempurna