

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya yang sudah dipaparkan oleh peneliti, hasil penelitian dapat disimpulkan :

1. Strategi *Marketing Mix* dalam pengembangan UMKM Pembibitan Buah dan Sayur Jodipati untuk meningkatkan penjualan pada masa pandemi covid-19 yaitu produknya beragam dan pada masa pandemi covid-19 ini terdapat inovasi produk atau penambahan varian jenis produk. Harga yang ditawarkan oleh Pembibitan Buah dan Sayur Jodipati pada masa pandemi covid-19 dilihat dari faktor eksternal (dari pasaran harga dan kondisi pasar) dan faktor internal (biaya produksi beserta operasionalnya). Tempat atau lokasi Pembibitan Buah dan Sayur Jodipati untuk kegiatan pembibitan yang bertambah luas pada masa pandemi covid-19 dan ada fasilitas-fasilitas yang memadai. Pembibitan Buah dan Sayur Jodipati melakukan promosi baik secara offline dan online. Pada masa pandemi promosi dilakukan dengan merambah menggunakan media sosial.
2. Penerapan strategi *marketing mix* dalam pengembangan UMKM Pembibitan Buah dan Sayur Jodipati untuk meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19 ada kelebihan dan kekurangannya. Kelebihannya antara lain : produknya beragam, pelayanan dan juga kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, juga melakukan inovasi produk dan juga penambahan

varian jenis produk sehingga konsumen dapat memilih produk yang diinginkan. Pada strategi harga, dengan memasang harga yang murah pada masa pandemi covid-19 dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Untuk strategi tempat, lahan pembibitan yang bertambah luas sehingga dapat memenuhi pesanan dengan tepat waktu. Selain itu tempat yang strategis, akses jalan mudah, dan fasilitas lengkap menjadikan konsumen nyaman. Perambahan penggunaan media sosial untuk promosi menjadikan pelayanan lebih cepat dan mudah. Kekurangannya adalah : Pembibitan Buah dan Sayur Jodipati kadang-kadang stok produk yang siap untuk dijual kosong, dengan harga yang murah maka memberikan kesan kualitas produk atau jasanya rendah, tidak memakai jasa pengiriman dari luar , dan belum menggunakan *marketplace* untuk melakukan penjualan, serta hanya menggunakan media sosial berupa aplikasi wa.

B. Saran

1. Pada zaman yang serba canggih ini, sebaiknya untuk promosi dan penjualan Pembibitan Buah dan Sayur Jodipati perlu dioptimalkan lagi dalam menggunakan media sosial dan juga merambah memakai *marketplace*.
2. Pembibitan Buah dan Sayur Jodipati sebaiknya menambah stok produk yang dijual atau siap untuk dipasarkan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
3. Untuk masyarakat dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19 dapat menggunakan atau memakai strategi *marketing mix*

atau bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi untuk dijadikan sebagai acuan.