

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

- a. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan tidak tercapainya penjualan di PT X diakibatkan karena belum adanya program promosi. Alternatif solusi yang selanjutnya dipilih untuk dirancang sehingga dapat menyelesaikan permasalahan tidak tercapainya target adalah perancangan sistem promosi. Sistem promosi dirancang dengan menggunakan konsep sistem menurut Boucher (2001) meliputi perancangan *input*, mekanisme, kontrol dan *output*. Perancangan *input* dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis kekuatan PT X, dimana kekuatan tersebut nantinya akan dijadikan dasar untuk menentukan strategi promosi. Perancangan mekanisme dilakukan dengan merancang usulan media promosi dan instrumen promosi berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan. Perancangan proses dilakukan dengan merancang proses bisnis promosi di PTS X sedangkan perancangan kontrol dilakukan dengan membuat buku panduan.
- b. Berdasarkan hasil implementasi dari data yang didapatkan selama 3 hari terjadi peningkatan lebih dari 5%. Peningkatan hari pertama 42% (60 pack), hari kedua 66% (70 pack) dan hari ketiga 90% (80 pack), sehingga dapat disimpulkan bahwa CSF (*Critical Success Factor*) terpenuhi dengan menggunakan sistem promosi.

7.2. Saran

Selama dilakukannya penelitian ini didapatkan adanya kekurangan dan kelebihan dalam hasil penelitian. Adapun saran yang diberikan kepada PT X adalah :

- a. Melakukan perbaikan pada sistem promosi penjualan produk dan melakukan perbaikan pada pencatatan pemasukan penjualan harian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, E. B., Budiyanto, E., & Mufti, E. S. (2022). Analisis pengaruh service quality dan Product quality terhadap *customer loyalty* (Studi Pada Konsumen Es Kristal Merek Elvano di Mojokerto). *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 4(1), 39-55. <https://doi.org/10.53027/.v4i1>
- Amni, C., & Indrayani, I. (2020). Analisis break event point (BEP) pada PT. Es muda perkasa dengan menggunakan metode harga pokok produksi (HPP). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 41-52. <https://doi.org/10.29103/jak.v8i1.2327>
- Fernando, M.F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary ware toto di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.7, No. 1. Hal 441- 468. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p17>
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2015). Pengaruh Strategi Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi) Terhadap keputusan pembelian konsumen batik Di Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 12(02).
- Hulu, Y. W., Mendrofa, S. A., Gea, N. E., & Zai, K. S. (2023). Analisis Promosi Hubungannya Dalam Peningkatan Penjualan Pada Cv. Bintang keramik gunungsitoli. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 807-819. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i2.3950>
- Karwur, E. (2016). Pengaruh retail marketing mix terhadap keputusan pembelian di Indomaret Paniki. *Jurnal berkala ilmiah efisiensi*, 16(3). <https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i1.1983>
- Mubarok, A. R., Asiyah, S., & Hardaningtyas, R. T. (2022). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan strategi pemasaran terhadap keunggulan bersaing (Studi Kasus pada UMKM Batik Tulis Argotirto). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(10). <https://doi.org/10.22216/jbe.v1i3.724>
- Mumpuni, Dyah. 2013. Analisis strategi (SWOT) untuk meningkatkan volume penjualan pada perusahaan MIE SOUN gelang indah cilacap. *Jurnal Dyah Analisis Strategi SWOT*. Volume 2(3); 175-182. <https://doi.org/10.21776/jki.2023.02.4.03>

- Permata, E. G., Kusumanto, I., Nur, M., & Sijabat, M. N. (2019). Analisis strategi pemasaran dengan menggunakan metode Swot dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk Meningkatkan Volume Penjualan. In *Seminar Nasional Teknologi Informasi, Komunikasi dan Industri (SNTIKI)* (Vol. 11). <https://doi.org/10.36382/jti-tki.v10i1.348>
- Rusdi, M. (2019). Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83-88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh pengembangan produk, kualitas produk dan strategi pemasaran terhadap penjualan pada PT Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1-6.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2022). Teknik analisis SWOT dalam sebuah perencanaan kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(1), 8-19.
- Shiratina, A., & Afiatun, P. (2017). Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kain Rajut. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 7(1), 89-108. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v7i1.472>
- Sinurat, E. M. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA Vol.5 No.2 Juni 2017*. <https://doi.org/10.31967/relasi.v19i1.662>
- Subing, H.Achmad, dan Ferdian Dwi Saputra. (2014). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Motor Merk *Mio J Cw FI* Pada PT. Bahana Pagar Alam Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 4(2); 197-220. <https://doi.org/10.24967/jmms.v2i02.537>
- Sudayo, T., & Saefuloh, D. (2019, August). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Studi Kasus: Merek Nokia. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 10, No. 1, pp. 841-850).
- Sudirman, I. (2023). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: INTELEKTUAL KARYA NUSANTARA.
- Sundari, E. (2023). *Managemen Pemasaran*. Riau: UIR PRESS.

- Suwartono, A., & Purwoko, S. D. (2022). Feasibility Study of Ice Crystal Business for Rural and Marketing Innovation in Boyolali Regency. *Economic: Journal Economic and Business*, 1(1), 53-60.
- Swastha, B. (2010). Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen.
- Wibowo, H. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29 (1): 59-66. Jumlah pengguna internet di Indonesia tembus 171 Juta Jiwa, Kompas.com
- Geoffrey Scott, D. A. R. C. M. (2013). *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal. Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 4(3), 264–284.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi segmenting, targeting, positioning serta strategi harga pada perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 1(03), 175-190.
- Wijaya,Wayan, Yulianeu, Tsalis Syaifuddin, Heri Sri Wulan. (2017). Strategi Pengembangan Usaha CV.Steba Adevtaising Semarang dalam Meningkatkan Pendapatan. *Jurnal Of Management. Volume 3*(3)
- Wiswasta, G. (2023). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)*. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Press.
- Zevi, I. (2018). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk pada PT. Proderma sukses Mandiri* (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

LAMPIRAN

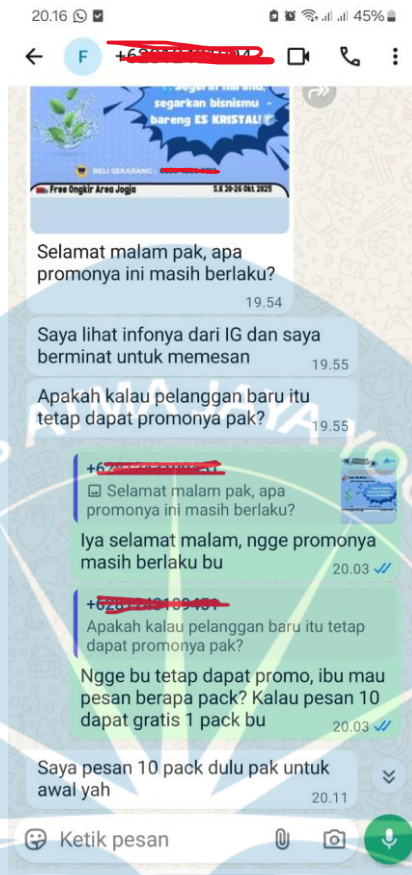
Lampiran 1. Gudang penyimpanan Produk dan Produk es Kristal



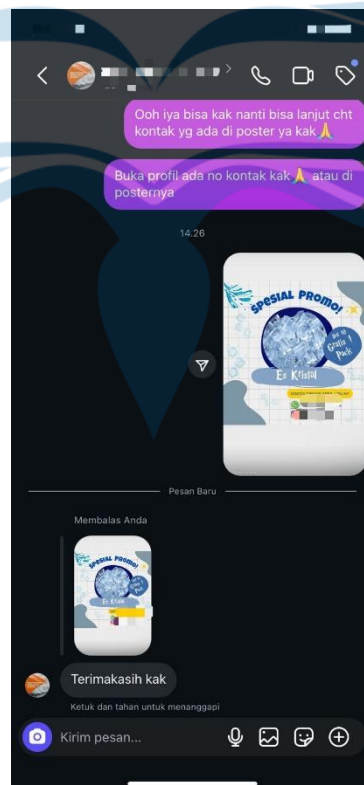
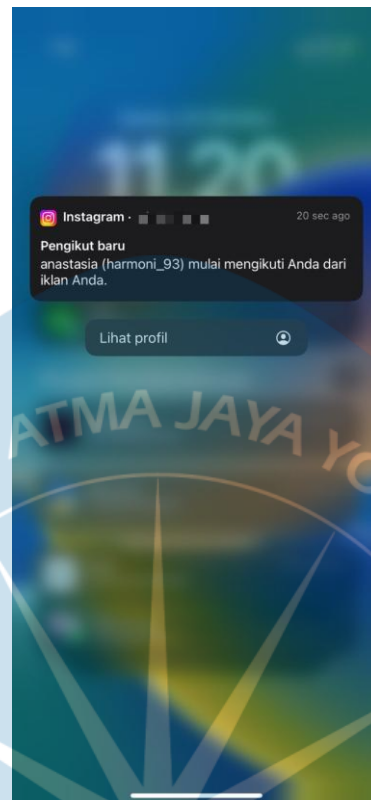
Lampiran 2. Data penjualan 3 hari implementasi

Data penjualan es kristal spesial (Pena Oktober)		
Senin, 20 Oktober 2025		
1) Coffee Shop 10	(20 pack gratis 2)	
2) Hotel CC	(10 pack gratis 1)	
3) RM. Paksi 22	(10 pack gratis 1)	
4) RM. DA	(10 pack gratis 1)	
Selasa, 21 Oktober 2025		
1) Toko XX	(10 pack gratis 1)	
2) RM. SS	(20 pack gratis 2)	
3) Coffee Shop Minu	(20 pack gratis 2)	
4) Hotel MA	(20 pack gratis 2)	
Rabu, 22 Oktober 2025		
1) Coffee Shop 123	(20 pack gratis 2)	
2) Hotel CC	(20 pack gratis 2)	
3) RM. AB	(10 pack gratis 1)	
4) Coffee Shop Min	(20 pack gratis 1)	
5) Toko XY	(10 pack gratis 1)	

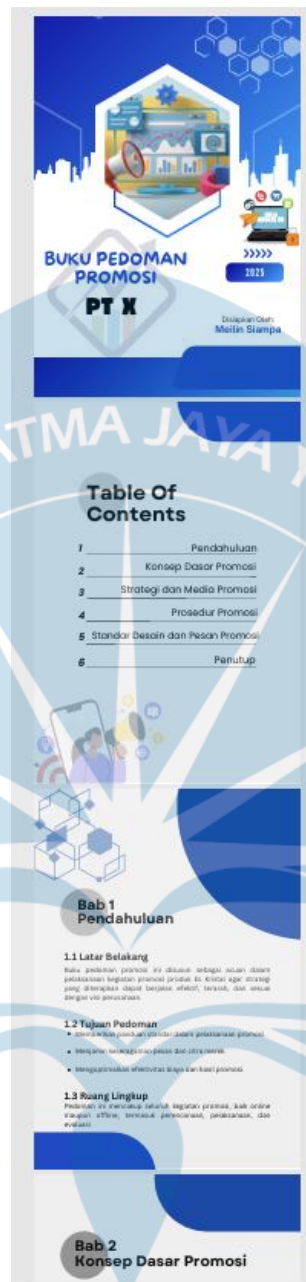
Lampiran 3. Pembelian oleh konsumen baru



Lampiran 4. Permintaan pengikut baru pada instagram ads



Lampiran 5. Buku Pedoman Sistem Promosi



Lampiran 6. Link Kuesioner

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd6Tia-K5Lwi137j4nfNL4i1tPQU5f6VHjrEEsOlwZwWj9g/viewform?usp=header>

Lampiran 7. Hasil Turnitin Laporan Tugas Akhir Sebelum Pendadaran

TA			
ORIGINALITY REPORT			
8%	%	5%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%	
2	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1%	
3	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%	
4	Luki Natika, Dewi Ambarwati. "Pengelolaan Produk Tabungan Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Kantor Cabang Pembantu Pamanukan Kabupaten Subang", The World of Financial Administration Journal, 2020 Publication	<1%	
5	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<1%	
6	Submitted to Binus University International Student Paper	<1%	

Lampiran 8. Hasil Turnitin Laporan Tugas Akhir Sesudah Pendadaran (Revisi)

Revisi TA			
ORIGINALITY REPORT			
7%	%	5%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	<1%	
2	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1%	
3	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia Student Paper	<1%	
4	Sri Ngudi Wahyuni. "Pengembangan Game Edukasi Untuk Anak Usia Dini Berbasis Mobile Menggunakan Construct 2", Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer), 2021 Publication	<1%	
5	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1%	
6	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1%	
7	Submitted to Udayana University Student Paper	<1%	