

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data penelitian tentang Hubungan antara pengetahuan strategi pemasaran dengan volume penjualan pada sentra UKM Minuman Segar di Jakarta Selatan maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara pengetahuan strategi pemasaran dengan volume penjualan pada Sentra UKM Minuman Segar di Jakarta Selatan . Hal ini berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi sebesar 0,629. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin positif pengetahuan strategi pemasaran maka semakin tinggi volume penjualan.
2. Besarnya variasi volume penjualan ditentukan oleh pengetahuan strategi pemasaran sebesar 39,51%, sedangkan sisanya sebesar 60,49% dipengaruhi oleh faktor lain seperti selera konsumen, permodalan, kualitas sumber daya manusia dan pengetahuan kewirausahaan

#### **B. Implikasi**

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara Pengetahuan Strategi Pemasaran dengan Volume Penjualan pada Sentra UKM Minuman Segar di Jakarta Selatan. Penelitian ini

mengandung implikasi bahwa salah satu faktor yang dapat meningkatkan volume penjualan adalah pengetahuan strategi pemasaran dalam penerapan kegiatan usaha sehari-hari. Dengan menerapkan pengetahuan strategi pemasaran yang baik maka dapat meningkatkan volume penjualan.

Pengetahuan strategi pemasaran yang paling berpengaruh besar bagi keberlangsungan usaha adalah penetapan harga. Pengusaha UMKM harus menguasai pengetahuan tentang penetapan harga karena penetapan harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik bagi konsumen untuk membeli barang tersebut. Oleh karena itu dalam penetapan harga pengusaha juga perlu memperhatikan daya beli masyarakat misalnya melalui pemberian potongan harga bagi pelanggan yang ikut memasarkan produk. Harga jual yang terjangkau masyarakat mempunyai pengaruh yang besar bagi kuantitas barang yang terjual. Selain itu perlunya pelaku UKM itu sendiri untuk meningkatkan kegiatan produksinya dengan menekan biaya produksi agar lebih efisien sehingga dapat menetapkan harga jual yang kompetitif dari pengusaha lainnya.

Sedangkan untuk meningkatkan pengetahuan strategi pemasaran diantara para pengusaha minuman segar lainnya, yang perlu ditingkatkan adalah pengetahuan tentang perencanaan produk. Perencanaan produk yang baik dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan model yang sesuai dengan perkembangan zaman. Pengusaha harus kreatif dan inovatif dengan cara membuat produk yang ditawarkannya sedemikian rupa sehingga produk tersebut dapat menarik kepercayaan dan perhatian konsumen.

### C. Saran

Berdasarkan implikasi penelitian yang telah dikemukakan, maka peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat, yaitu antara lain :

1. Pengusaha minuman segar hendaknya meningkatkan pengetahuannya tentang strategi pemasarannya dengan cara meningkatkan kemampuan mereka dalam hal merencanakan produk baik dari produk itu sendiri, nama merek produk, kemasan produk, ketersediaan produk dan kualitas produk. Pengusaha harus kreatif dan inovatif dengan cara membuat produk yang ditawarkannya sedemikian rupa sehingga produk dapat menarik perhatian dan kepercayaan konsumen sehingga akan meningkatkan volume penjualan produk tersebut.
2. Sudin Koperasi, UMKM dan Perdagangan Kota Administrasi Jakarta Selatan hendaknya lebih sering mengadakan kegiatan pelatihan dan seminar usaha mengenai strategi pemasaran maupun pameran yang menjadi wadah memperkaya pengetahuan pengusaha serta pertukaran informasi dan pengalaman antar sesama pengusaha.