

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang didapatkan oleh peneliti yang dilakukan pada UMKM Om Arab adalah sebagai berikut:

1. Strategi promosi iklan (*advertising*) UMKM Om Arab yang dapat dinilai efektif berjalan dan dapat memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan omset, yaitu iklan banner di depan toko (15%) dan Grabfood (29%).
2. Strategi promosi penjualan (*sales promotion*) UMKM Om Arab yang dapat dinilai efektif berjalan dan dapat memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan omset, yaitu promosi gratis ongkir (15%) dan program Grabfood (70%).
3. Kedua strategi promosi penjualan personal (*personal selling*) UMKM Om Arab dinilai efektif dan dapat memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan omset sebanyak masing-masing 20%.
4. Strategi promosi pemasaran langsung (*direct selling*) UMKM Om Arab yang dapat dinilai efektif berjalan dan dapat memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan omset, yaitu penyebaran brosur ke kampung samping tempat jualan dan kampus UPN (40%).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti terhadap UMKM Om Arab, maka saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya yaitu:

1. UMKM Om Arab disarankan untuk memaksimalkan pembuatan promosi di *e-commerce* Grab dikarenakan strategi promosi di *e-commerce* Grab dinilai sangat efektif untuk meningkatkan omset penjualan. Contohnya, beli 1 gratis 1, potongan harga dan diskon tanggal kembar.
2. Penelitian berikutnya dapat menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur tingkat efektivitas dan kontribusi spesifik dari setiap elemen bauran promosi (misalnya *personal selling*, *digital marketing*, *sales promotion*) terhadap volume atau nilai penjualan.