

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada Usaha Genteng Super Hadi diantaranya ada harga jual, produk, biaya promosi, saluran distribusi dan mutu. Harga jual produk genteng super hadi sudah merupakan harga yang bersaing di pasaran sesuai dengan kualitas genteng. Produk yang dihasilkan dari usaha genteng Super Hadi ini hanya 1 (satu) jenis genteng yaitu genteng semarang. Usaha Genteng Super Hadi kurang dalam melakukan promosi, terkadang hanya memasang status di snap WA atau *Facebook* saja. Dalam mengantarkan produknya ke tangan konsumen Usaha Genteng Super Hadi menyediakan alat transportasi yang dianggap sudah memadai. Mutu yang dihasilkan dari produk genteng Super Hadi merupakan kualitas yang baik yang terlihat dari bahan dasar tanah liat yang bagus karena tanah liat diambil dari kolam yang jernih dan tanah liat ini juga melalui proses pemilahan dari batu-batu atau akar sehingga menghasilkan tanah liat yang bagus.
2. Volume Penjualan Usaha Genteng Super Hadi mengalami fluktuasi yang cenderung menurun tahun 2019 penjualan genteng super hadi mengalami penurunan sebesar 0,5%, kemudian mengalami penurunan kembali di tahun 2020 dikarenakan dampak covid 19 yang mewabah di Indonesia, dan pada tahun 2021 penjualan sedikit mengalami kenaikan sebesar 3 % dikarenakan covid 19 mulai mereda.

#### **5.2 SARAN**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat penulis sampaikan adalah:

1. Sebaiknya dengan media promosi yang sudah mereka punya di kembangkan lagi seperti pada *faceebook* dengan fitur seperti *story*, status, group dan *Market Place* dengan memasarkan produk disana maka diharapkan produk genteng super hadi dapat dikenal oleh masyarakat luas. Serta di berbagai media social lainnya seperti Whatsapp dan Instagram
2. Dengan promosi itu dapat membantu dalam meningkatkan penjualan, dengan promosi yang dilakuka maka diharapkan Usaha Genteng Super Hadi ini bisa dikenal oleh masyarakat luas dan bisa untuk meningkatkan penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Butarbutar, Halim. 2020. *Manajemen pemasaran*. Yayasan kita menulis
- Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE
- Hamdani. 2020. *Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Lebih dekat*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia
- Karim, Djamaludin, Jantje, Lumanauw. 2014. *Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT Mando Sejati Perkasa Group*. Jurnal Fakultas Ekonomi . Universitas Muhamadiyah Surakarta. Surakarta.
- Mulyadi. 2016. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat
- Rifqy dan Zaky. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi ketiga. Bandung: Alfabeta
- Sutopo, Febry. 2012. *Pengaruh Jumlah Tenaga Penjual Terhadap Pencapaian Target Penjualan Pada PT SUPRAMA Cabang Palembang*. Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang. Palembang: Laporan Akhir
- Zacoeb. 2013. *Pemanfaatan Limbah Bottom Ash Sebagai Pengganti Semen Pada Genteng Boton Ditinjau Dari Segi Kuat Lentur Dan Perembesan Air*. Jurnal teknik sipil Vol.7 No1 pp 81-87