

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Terdapat lima metode strategi promosi menurut Bruce J. Walker, namun hanya empat yang digunakan oleh SRC Cahaya Suwuk yaitu *Advertising* (periklanan), *Personal Selling* (penjualan tatap muka), *Sales Promotion* (promosi penjualan) dan *Publicity* (publisitas), dan di masa pandemi *Covid-19* SRC Cahaya Suwuk menambah strategi promosinya dalam bentuk sistem DO (*Delivery Order*). Strategi-strategi yang dilakukan oleh SRC Cahaya Suwuk di masa pandemi *Covid-19* dari metode promosi tersebut lebih banyak dilakukan melalui media sosial berupa *Facebook* dan *Whatsapp*.
2. Strategi promosi yang dilakukan oleh SRC Cahaya Suwuk dalam meningkatkan volume penjualan di masa pandemi *Covid-19* yaitu memberikan dampak yang baik terhadap peningkatan volume penjualan, dengan dibuktikan naiknya perolehan omset dari bulan Agustus-Desember tahun 2020 atau dapat dilihat pada Tabel 2.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang

bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain atas penelitian ini.

Adapun saran-saran tersebut sebagai berikut:

1. Terus meningkatkan kualitas toko supaya konsumen lebih mendapatkan kepuasan dalam melakukan belanja di toko SRC Cahaya Suwuk.
2. Selalu memberikan arahan kepada para karyawan dalam melayani konsumen supaya mendapatkan kesan positif tersendiri dari para pelanggannya.

C. KATA PENUTUP

Demikian skripsi yang dapat peneliti ajukan, peneliti berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat. Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dalam pengolahan data maupun dalam penulisan. Hal ini karena keterbatasan pengetahuan dan kurangnya pengalaman dalam masalah penelitian dan penulisan karya ilmiah. Untuk itu peneliti jua menerima kritik dan saran yang bersifat membangun.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdullah, Boedi dan Beni Ahmad Saebani. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam, Muamalah*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. (2016). *Manajemen Binsis Syariah*. Bandung : Alfabeta.
- Amir, Amri. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya*. Bandung : IPB PRESS.
- Amirulloh. (2015). *Manajemen Strategi; Teori – Konsep-Kinerja*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Andriani, Durri. Dkk. (2012). *Metode Penelitian*. Tangerang Selatan : Universitas Terbuka.
- Basrowi dan Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif* . Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Gunawan, Imam. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif; Teori dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hurriyanti, Ratih. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Jackson, John H. dan Vernon A. Musselam. (1998). *Ekonomi Perusahaan; Konsep-Konsep dan Praktek-Praktek Sezaman, edisi ke-10*. Jakarta : Intermedia.

- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) edisi ketiga. (2002). Jakarta : Balai Pustaka.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran; edisi ke 12*. Jakarta : Erlangga.
- Moloeng, Lexy J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif, edisi revisi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Moloeng, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif, edisi revisi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam; Pendekatan Kuantitatif*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. (2017). *Manajemen Pemasaran Produk Peternakan*. Denpasar : Swasta Nulus.
- Raco, J.R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif; Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta : PT Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Shinta, Agustiana. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang : Universitas Brawijaya Pers.
- Sitorus, Onny Fitriana dan Novelia Utami. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta : FKIP HAMKA
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publisng.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Sukmadi. (2010). *Pengantar Ekonomi Bisnis*. Bandung : Humaniora Utama Press.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Surahman, dkk. (2016). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Swasta, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Library Offset.
- Swasta, Basu. (2012). *Manajemen Penjualan edisi ketiga*. Yogyakarta : BPFE.
- Wibowo, Sampurno. (2009). *Pengantar Manajemen Bisnis*. Bandung : Politeknik Telkom.
- Widyastuti, Sri. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila.

JURNAL

- Amri, Andi. (2020). “*Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia*”, Jurnal Brand. Vol. 2, No. 1 (Juni), e-ISSN 2715-4920.
- CHANDRA, Riny. (2015). “*Peranan Strategi Promosi dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan pada Perusahaan Jasa Perhotelan*”. Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol. 4 No. 2 (November).
- Kustiyah, Eny dan Irawan, (2014), *Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Volume Penjualan di Pasar Malam Ngarsopuro Surakarta*, Jurnal Paradigma Vol. 12, No. 01, Februari – Juli ISSN 1693-0827.

- Subandi,(2011), *Deskripsi Kualitatif Sebagai Satu Metode Dalam Penelitian Pertunjukan*, Harmonia, Vol. 11, No.2 (Desember).
- Suryani, Evi. (2021). “*Analysis Dampak Covid-19 Terhadap UMKM (studi kasus; Home Industri Klepon di kota Baru Driyorejo*”. Jurnal Inovasi Penelitian. Vol. 1, No. 8 (Januari). ISSN 2722-9467.
- Susilo, Adityo. (2020). “*Coronavirus Dases 2019; Tinjauan Literatur Terkini*”. Jurnal Penyakit Dalam Indonesia. Vol. 7, No. 1 (Maret).
- Togas, Nancy M.N, dkk. (2014). “*Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, dan Publisitas Terhadap Keputusan Pembelian pasa Penerbit Andi Cabang Manado*”. Jurnal EMBA. Vol. 4, No. 2 (November). ISSN 2303-1174.
- Yamali, Fakhrol Rozi dan Ririn Noviyanti Putri,(2020), *Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia*, Ekonomis: Journal of Economics and Business, 4(2),September, 384-388. ISSN 2597-8829.
- Yuliana. (2020). “*Coronavirus Dases (Covid 2019); Sebuah Tinjauan Literatur*”. Wellness and Healthy Megazine. Vol. 2, No. 2 (Februari). ISSN 2656 0062.

SKRIPSI

- Amalia, Anis Halimah, (2017), *Pengaruh Harga dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Emas (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Cabang Botanical Junction)*, SKRIPSI UIN Syarif Hidayatulloh, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

- H, Wahyuni, (2019), *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Cabang Gowa*, SKRIPSI Universitas Negeri Makassar, Fakultas Ekonomi.
- Kumalasari, Nindi Retno ,(2020), *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk di Toko Ismart dan Indomaret Ponorogo*, SKRIPSI Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Fakultas Ekonomi Syariah.
- Muttaqin, Rizal, (2020), *Implementasi Strategi Promosi untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada PT. Pristo Kukuh Abadi Kota Blitar)*, SKRIPSI UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Fakultas Ekonomi.
- Yulianti, (2019), *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instragam dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Miandsaha Shop, Bandar Lampung)*, SKRIPSI UIN Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.