

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran 4P (*product, price, promotion, place*) yang dilakukan oleh OYAKU dalam meningkatkan penjualan keripik bebele dapat membantu untuk meningkatkan penjualan.
2. Faktor-faktor yang meningkatkan penjualan keripik bebele yaitu :

- a) Rasa

Rasa adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam penilaian seseorang terhadap sebuah kualitas suatu bahan pangan. Ketika suatu bahan pangan itu dikonsumsi, rasa akan dideteksi oleh indera pengecap manusia. Rasa yang terdeteksi akan mempengaruhi pemilihan, asupan, penyerapan dan pencernaan makanan. Keinginan untuk mendapatkan rasa yang terbaik membuat penelitian dalam bidang rasa terus berkembang hingga saat ini.

- b) Bonus

Menurut Wilujeng (2017:462), sebuah promosi penjualan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam menawarkan produk salah satunya yaitu memberikan bonus tambahan secara gratis dengan harga normal bahkan harga yang telah diturunkan sebelumnya untuk mendorong konsumen melakukan pembelian.

c) Khasiatnya

Tumbuhan bebele atau pegagan mengandung antioksidan yang bersifat antiradang, sehingga baik untuk menjaga kesehatan jaringan tubuh, termasuk otak. Sebuah riset juga menunjukkan bahwa mengkonsumsi suplemen tumbuhan pegagan, dapat meningkatkan daya ingat dan mencegah terjadinya kepikunan atau demensia.

Karena mengetahui berbagai khasiat dan manfaatnya itu sangat menarik minat beli para konsumen untuk terus selalu mengkonsumsi produk OYAKU khususnya Keripik Bebele.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan makan dapat di berikan saran sebagai berikut :

5.2.1 Kepada Pemerintah Kabupaten Lombok Barat diharapkan agar lebih mendukung Usaha mikro kelas menengah (UMKM) baik yang ada di tingkat kecamatan maupun di desa-desa agar lebih bisa berkembang lagi guna untuk mempromosikan makanan atau oleh-oleh khas Lombok kepada wisatawan domestik ataupun mancanegara.

Kepada pemilik usaha OYAKU yaitu lokasi pembuatan keripik bebele di harapkan dapat lebih di perluas lagi agar pegawai lebih nyaman selama proses produksi keripik bebele.

Bagi peneliti hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan

pelajaran tentang bagaimana analisis strategi bauran pemasaran 4P untuk meningkatkan penjualan dan digunakan sebagai acuan atau rujukan bahan penelitian selanjutnya.

