

VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis pengaruh bauran promosi terhadap peningkatan volume penjualan dan keuntungan Eskulpi, tingkat keragaman model yang diterangkan sebesar 96,8% artinya brosur (X_1), pameran dagang (X_2), dan *facebook* (X_3) secara simultan mempengaruhi volume penjualan (Y) sebesar 96,8%, sedangkan sisanya sebesar 3,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model, dengan tingkat signifikansi dari uji F adalah 100%. Pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:
 - a. Variabel brosur (X_1) signifikan dengan melihat tingkat signifikansi t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Nilai koefisien variabel brosur (x_1) adalah sebesar 4.099, apabila variabel brosur mengalami peningkatan satu satuan dengan asumsi *pameran dagang* (x_2), dan *facebook* (x_3) bernilai konstan (tetap) maka volume penjualan (y) akan meningkat sebesar 4.099 unit
 - b. Variabel pameran dagang (X_2) signifikan dengan melihat tingkat signifikansi t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ hal ini berarti bahwa setiap penambahan keikutsertaan dalam pameran dagang sebanyak 100 hari maka akan menaikkan volume penjualan sejumlah 11.098 unit.
 - c. Variabel *facebook* (X_3) signifikan dengan melihat tingkat signifikansi t sebesar 0,020 yang lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Nilai koefisien variabel *facebook* (x_3) adalah sebesar -1.739, apabila variabel *facebook* mengalami peningkatan satu satuan dengan asumsi brosur (x_1), dan *pameran dagang* (x_2) bernilai konstan (tetap) maka volume penjualan (y) akan menurunkan sebesar 1.739 unit
2. Berdasarkan hasil analisis pengaruh bauran promosi terhadap peningkatan volume penjualan dan keuntungan Eskulpi, didapatkan data volume penjualan dan keuntungan sebagai berikut:

- a. Volume penjualan eskulpi
Volume penjualan eskulpi berfluktuatif dikarenakan belum optimalnya proses promosi yang dilakukan, sehingga volume penjualan tidak menentu dan cenderung masih rendah.
- b. Total biaya 100 cup Eskulpi adalah Rp. 192.654,-, harga jual Eskulpi tiap cup adalah Rp 3000,-, total penerimaan Rp. 300.000,-, keuntungannya adalah Rp. 107.346,-, BEP rupiah sebesar Rp. 124.195,-, BEP unit adalah 41 unit, dengan R/C ratio menunjukkan angka >1 yaitu 1,5. Dari perhitungan di atas, dapat diketahui potensi profit yang akan didapatkan oleh perusahaan Eskulpi adalah Rp 1.073,46,- per satuannya yaitu cup. Target keuntungan dalam satu bulan adalah 3000 cup dengan keuntungan disetiap cup adalah Rp 1.073,46,- maka diperoleh hasil sebesar Rp 3.220.380,-. Namun demikian, realita atau keadaan sebenarnya belum mencapai target yang diharapkan, yaitu 1.500 cup dengan keuntungan bersihnya sebesar Rp 1.610.190,-. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa usaha es krim kulit pisang sudah cukup menguntungkan dan menutupi biaya yang dikeluarkan oleh *home industry* Eskulpi.

6.2. Saran

1. *Home industry* Eskulpi masih kurang dalam keikutsertaan pameran dagang, padahal pameran dagang memiliki nilai positif dalam analisis yang dilakukan, sehingga penambahan keikutsertaan pameran dagang dianjurkan, supaya meningkatkan volume penjualan dan profitnya pula. Untuk meningkatkan volume penjualan dapat dilakukan dengan cara mengikuti acara pameran yang potensi pengunjungnya banyak, kerjasama dengan pihak Instansi ataupun swasta, sehingga memperoleh informasi yang lebih luas.
2. Penggunaan bauran promosi periklanan yang memakai media brosur juga memiliki pengaruh yang baik untuk meningkatkan volume penjualan, sehingga Untuk meningkatkan volume penjualan dapat dilakukan dengan cara membuat desain brosur yang lebih menarik dan menyebarkan brosur di tempat yang berpotensi.
3. Penggunaan bauran promosi *direct marketing* melalui media *facebook* memiliki nilai yang negatif. Sebaiknya penggunaan *facebook* dikurangi,

mengingat variabel tersebut memiliki pengaruh negatif terhadap volume penjualan. Alternatif mengatasi masalah tersebut adalah membenahan ketrampilan operator dan perangkatnya, sehingga dapat mengaplikasikan media *online* yang lainnya seperti membuat *blog*, *twitter*, *instagram*, dan media sosial yang lainnya. Selain itu penambahan modal untuk fasilitas *delivery order* juga diperlukan. Secara keseluruhan mengenai *facebook* perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk menyelesaikan masalah yang muncul pada perusahaan.

4. Eskulpi termasuk pada tahap pengenalan awal dalam siklus *lifecycling of product*, oleh sebab itu perlu adanya proses promosi yang lebih intensif dan kreatif untuk memecahkan masalah yang muncul pada saat tahap tersebut, sehingga Eskulpi dapat dikenal oleh masyarakat luas.

