

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data penjualan UMKM Bakso Trengginas sepanjang tahun 2024 menggunakan Google Looker Studio, dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Penjualan naik di Mei dan Desember karena momen libur dan promo, namun turun di Februari dan Juli akibat daya beli menurun dan banyak transaksi yang dibatalkan. Produk favorit adalah Bakso Urat 10pcs dan Bakso Kuah Jumbo. Pembeli didominasi wilayah Jawa Tengah.
2. Penjualan Bakso Trengginas cenderung fluktuatif akibat berbagai faktor internal dan eksternal seperti musim, promosi, kualitas produk, harga, pelayanan, hingga persaingan. Platform digital, tren pasar, media sosial, dan stok juga turut memengaruhi. Pengelolaan yang tepat terhadap faktor-faktor ini penting agar UMKM bisa menjaga kestabilan usaha, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperluas pasar.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut beberapa saran yang dapat diberikan untuk UMKM Bakso Trengginas maupun peneliti selanjutnya:

- a. Saran untuk UMKM Bakso Trengginas

Berikut merupakan saran untuk UMKM Bakso Trengginas:

1. UMKM Perlu melakukan pengoptimalan pada platform *e-commerce* lainnya, seperti *GoFood* dan *ShopeeFood*, untuk mengurangi

ketergantungan terhadap *WhatsApp* dan menjangkau lebih banyak konsumen.

2. Optimalisasi Strategi Promosi dan Pemanfaatan Momen Musiman  
UMKM Bakso Trengginas disarankan untuk lebih aktif memanfaatkan momen-momen tertentu, seperti hari besar keagamaan dan libur nasional
3. UMKM Bakso Trengginas perlu menjalankan strategi promosi yang menarik seperti diskon, paket bundling, atau kolaborasi dengan platform digital. Langkah ini dapat membantu meningkatkan penjualan di masa-masa strategis.

b. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Berikut merupakan Saran untuk Peneliti Selanjutnya:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian, baik dari segi waktu, produk, maupun variabel yang dianalisis, seperti preferensi konsumen atau dampak promosi digital terhadap penjualan.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan wawancara atau survei langsung kepada konsumen untuk memperoleh data kualitatif yang mendalam mengenai perilaku dan kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.
3. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan aplikasi seperti Microsoft Excel, Google Sheets, atau Zoho Analytics yang menyediakan fitur

pengolahan data dan grafik interaktif guna memperjelas tren penjualan secara kuantitatif.