

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti terhadap perusahaan, kesimpulan yang dapat diambil oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pada strategi pemasaran yang menggunakan indikator 4P, untuk produk (*product*) menawarkan produk mebel dengan menggunakan berbagai macam bahan baku dan konsumen bebas menggunakan desain sendiri. Harga (*price*) yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang digunakan dan dapat dinego. Promosi (*promotion*) dilakukan dengan menggunakan media online *Website* dan juga menerapkan *personal selling*. Distribusi (*place*) sampai saat ini tidak mengalami kesulitan dalam penyaluran distribusi karena dekat dengan gerbang tol Sidoarjo yang menghubungkan Kabupaten Sidoarjo dengan Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya dan Bandara Djuanda Surabaya.
2. PT. Romi Violeta memiliki kekuatan internal sebesar 1,85, kelemahan, 1,5, peluang 2,02 dan memiliki ancaman sebesar 0,99

3. Hasil dari diagram analisis SWOT PT. Romi Violeta berada pada posisi kuadran I dimana faktor kekuatan lebih besar daripada faktor kelemahan dan pengaruh dari faktor peluang lebih besar daripada ancaman.

5.2 Saran

1. Strategi pemasaran yang bisa diterapkan pada PT. Romi Violeta untuk kedepannya agar bisa terus berkembang dan dapat meningkatkan penjualan secara stabil dengan menggunakan strategi agresif, yaitu :
 - a. Memperluas pangsa pasar untuk menarik konsumen baru
 - b. Memanfaatkan media promosi semaksimal mungkin baik dengan menggunakan media online maupun personal selling. Personal selling yang dilakukan harus dengan menggunakan kata-kata yang sopan dan mudah dimengerti agar konsumen tertarik.
 - c. Membuat showroom didalam area pabrik untuk memamerkan produk-produk perusahaan
2. Meningkatkan hubungan manajemen perusahaan agar semua karyawan merasa nyaman saat bekerja dan tidak ada pihak yang dirugikan
3. Mencari dan memperbanyak relasi supplier bahan baku lokal maupun impor agar dapat membandingkan harga dan memilih harga termurah.
4. Perbanyak menjalin kontrak kerja dengan para konsumen agar pendapatan perusahaan stabil dan membuat konsumen loyal kepada perusahaan.

5. Menjalin hubungan baik dengan perusahaan besar lain dan pemerintah serta mendiskusikan regulasi agar transparan dan jelas.