

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan olah data yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan batu bata pada CV. Alfatah Prambatan Kidul Kudus maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan batu bata pada CV. Alfatah Prambatan Kidul Kudus dilakukan dengan model 4P yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Pada strategi pemasaran *product*, yaitu ditetapkan terdapat 3 jenis produk yaitu batu bata biasa, batu bata sedang dan batu bata super. Strategi pemasaran *price* yaitu dengan menetapkan harga batu bata sesuai dengan kualitasnya, untuk batu bata biasa dengan harga Rp. 680.000 untuk batu bata sedang dengan harga Rp. 700.000, batu bata super dengan harga Rp. 720.000. pada strategi *place*, yaitu mau mengantarkan barang sampai ke tempat konsumen dan menurunkan barang dari atas mobil yang sudah termasuk harga. Pada strategi *promotion*, dengan kata-kata yang baik oleh pemilik kepada pembeli. Kemudian melalui iklan dengan memanfaatkan media sosial berupa facebook.
2. Kendala dialami berkaitan dengan pemasaran batu bata yaitu kurangnya modal yang digunakan untuk operasional produksi batu bata. Kemudian kendala yang kedua adalah karakter kosumen, untuk konsumen kelompok yang pembayarannya bisa ditangguhkan kadang yang dibayar hanya separuh saja. Untuk mengatasi kekurangan modal CV. Alfatah Prambatan Kidul Kudus mengajukan pinjaman modal ke bank Mandiri dengan jumlah nominal Rp. 750 juta yang diangsur selama 10 tahun. Sedangkan untuk mengatasi karakter konsumen yang nakal, CV. Alfatah Prambatan Kidul Kudus mensiasatinya dengan cara mendatangi secara terus menerus ke toko yang bersangkutan.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dan menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam (*in depth interview*). Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan narasumber yang diteliti, kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka. Keterbatasan pada penelitian ini meliputi subyektifitas yang ada pada peneliti. Penelitian ini sangat bergantung kepada interpretasi penelitian tentang makna yang tersirat dalam wawancara sehingga kecenderungan untuk bias masih tetap ada.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan olah data yang dilakukan oleh peneliti dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut:

1. Peningkatan kapasitas produksi pada CV. Alfatah Prambatan Kidul Kudus untuk memperluas pasar.
2. Meningkatkan keterampilan sumber daya manusia untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk.
3. Bekerjasama dengan pemerintah dalam pengadaan alat cetak modern.
4. Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat membantu dalam penelitian selanjutnya dan dapat dilanjutkan dengan menambahkan populasi penelitian.

D. Penutup

Alhamdulillah atas berkat rahmat Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan batu bata pada CV. Alfatah Prambatan Kidul Kudus”.

Penulis sadar bahwa penyusunan skripsi ini kurang sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan demi perbaikan dalam

penelitian ini. Dan semoga penyusunan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Akhirnya tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga mendapatkan balasan pahala berlipat dari Allah SWT. *Jazakumullah khoirol Jaza'.* Amin ya Robbal Alamin.

