

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Pada penelitian ini tentang Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Rebana dengan studi kasus pada Rebana Anom Hadroh Jepara dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Anom Hadroh merupakan usaha industri rumahan yang memproduksi alat rebana yang terletak di Desa Wanusobo RT 03 RW 01 kecamatan Kedung kabupaten Jepara. Produk Anom Hadroh antara lain, terbang, tam, bass duduk, bass tangan, bass bintang, keprak, stik bass dan darbuka. Anom Hadroh memasarkan produknya secara langsung yaitu *Word of Mouth* dan tidak langsung seperti penggunaan media sosial.
2. Dalam meningkatkan penjualan Anom Hadroh menggunakan Strategi pemasaran marketing mix 4p.
 - a. *Product* (Produk)
 Dalam menghasilkan produknya, strategi produk yang dilakukan oleh Rebana Anom Hadroh Jepara adalah atribut produk, variasi produk, quality produk dan garasi produk.
 - b. *Price* (Harga)
 Dalam menentukan harga, Rebana Anom Hadroh Jepara melakukan strategi berikut ini :
 - 1) Strategi Potongan Harga, yaitu konsumen akan mendapatkan potongan harga apabila membeli lebih dari satu produk dalam satu kali transaksi.
 - 2) Strategi Promosi Harga
 Rebana Anom Hadroh Jepara akan memberikan subsidi hingga gratis ongkir pada konsumen.
 - c. *Place* (tempat)
 Rebana Anom Hadroh berada di Desa Wanusobo Kecamatan Kedung Kabupaten Jepara dan melakukan pendistribusian produk langsung kepada konsumen dan pada reseller untuk dijual kembali.
 - d. *Promotion* (promosi)
 Dalam melakukan promosi Rebana Anom Hadroh Jepara melalui :
 - 1) Media Sosial seperti facebook, instagram dan marketplace (shopee, tokopedia dan bukalapak)
 - 2) Iklan
3. Kendala dan Solusi Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Rebana Anom Hadroh Jepara

a. Produk(*Product*)

Adapun kendala dalam produk pada Rebana Anom Hadroh Jepara antara lain adalah kurangnya modal dan cuaca. Solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala dalam masalah produk adalah mencari investor untuk menambah modal dan untuk cuaca musim hujan dengan menambahkan alat produksi pemanas buatan seperti blower dan open lampu.

b. Harga (*Price*)

Kendala yang dialami dalam harga adalah adanya pesaing usaha yang sama memberikan harga relatif lebih murah.

Solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala dalam masalah harga adalah meningkatkan kualitas produk Anom Hadroh, menambah inovasi produk, merubah pangsa pasar, dan menghindari lokasi jualan yang banyak pesaing. Untuk melawan persaingan dengan harga yang lebih murah Anom Hadroh bisa membuat pproduk baru dengan bahan baku yang sama dengan pesaing.

c. Tempat (*Place*)

Kendala dalam tempat adalah tidak memiliki *show room* dan hanya memiliki tempat produksi (*work shop*) dan berlokasi di daerah kurang strategis untuk dijangkau konsumen secara langsung.

Solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala dalam masalah tempat adalah mebuat toko offline yang bertempat strategis.

d. Promosi (*promotion*)

Kendala dalam promosi adalah kurangnya SDM yang ahli dalam bidangnya dan biaya iklan yang digunakan masih rendah.

Solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala dalam masalah promosi adalah merekrut karyawan yang ahli dalam bidang pemasaran untuk melakukan promosi menarik konsumen dan menambah anggaran untuk biaya iklan berbayar agar produk Rebana Anom Hadroh Jepara semakin banyak dikenal.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan Anom Hadroh
 - a. Mengingat banyaknya pesaing yang dihadapi oleh Anom Hadroh maka perusahaan harus menjaga mutu dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan agar konsumen puas dan melakukan pembelian ulang.
 - b. Perusahaan diharapkan melaksanakan bauran pemasaran yang lebih baik lagi seperti dalam hal promosi dengan menambah SDM pemasaran.
 - c. Untuk mengatasi kendala dan meningkatkan penjualan perusahaan harus lebih teliti dalam melihat kelemahan perusahaan dan mampu memaksialkan peluang yang ada.
2. Bagi peneliti

Dalam membuat suatu karya ilmiah peneliti selanjutnya diharapkan mencari tahu dan mencari bahan referensi lain yang lebih banyak, sehingga penelitian selanjutnya akan lebih baik lagi.

