BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah penulis lakukan dengan strategi *marketing mix* dalam meningkatkan volume penjualan PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT), maka simpulan yang dapat diambil adalah:

1. Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

Strategi *marketing mix* PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) dalam meningkatkan volume penjualan:

a. Produk, dalam melakukan strategi produk PT. IMIT selalu menjaga kualitas produk dan melakukan pelayanan yang terbaik.

b. Harga, dalam melakukan strategi harga PT. IMIT juga mengikuti harga pasar karena persaingan harga yang sejenis juga sangat banyak di Kecamatan Campurdarat.

c. Promosi, dalam melakukan strategi promosi PT. IMIT melakukan promosomi melalui *advertising, sales promotion, personal selling, publicity*, dan *direct marketing.*

d. Tempat atau saluran distribusi, dalam strategi saluran distribusi PT. IMIT melakukan penjualan dengan cara pendistribusian langsung maupun tidak langsung.

2. Kendala dan Solusi dalam Stratgi Pemasaran Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT)

a. Produk: adanya keterbatasan bahan baku, cuaca dan juga jenis marmer yang beragam yang mengakibatkan ada bebrapa corak yang tidak sesuai dengan spesifikasi dari konsumen. PT. IMIT memiliki solusi untuk menghadapi kendala tersebut yaitu dengan menambah stok bahan baku maupun bahan bantu yang nantinya akan tetap memperlancar jalannya produksi.

b. Harga: adanya pesaing yang bermunculan serta ketersediaan bahan baku yang cukup mahal karena sulitnya memperoleh bahan baku dari pertambangan. Solusi dari kendala tersebut yaitu PT. IMIT memberikan potongan harga kepada distributor, pelayanan yang memuaskan dan peningkatan kualitas produk.

c. Promosi: kurangnya promosi yang dilakukan melalui sosial media. Untuk kedepannya PT. IMIT akan merekrut karyawan yang khusus menangani dan mengelola informasi pemesanan konsumen via online.

d. Tempat atau Saluran Distribusi: Kendala strategi tempat atau saluran distribusi yaitu terjadinya kerusakan, keterlambatan barang dalam proses pengiriman barang hingga sampai ke tangan pelanggan dan banyaknya showroom yang menjual barang yang sejenis di sekitar *showroom* PT. IMIT. Solusi dalam menghadapi hal tersebut yaitu lebih

mengutamakan keamanan barang dalam pengiriman sehingga mengurangi adanya resiko *riject* dan komplen dari konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung yaitu:

1. Untuk PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT) diharapkan kedepannya harus menggunakan alat-alat yang lebih canggih dan lebih meningkatkan keterampilan para karyawan dari segi kecepatan dan ketepatan dalam melayani pelanggan.
2. Lebih mengoptimalkan promosi penjualan dengan memanfaatkan teknologi untuk lebih menunjang penjualan produk yang mengalami penurunan.