

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh industry limbah marmer CV Selo Makmur sudah dilakukan dengan baik. Terbukti dengan: melakukan pengembangan produk, memberikan harga jual yang stabil, menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung, mengenalkan produk dari mulut ke mulut atau penjualan langsung (*personal selling*).
2. Faktor Pendukung meliputi bahan baku mudah didapat dan pengolahan limbah didukung penuh oleh masyarakat, memberikan harga jual stabil, penyaluran barang sangat yang strategis, mempromosikan langsung dari mulut ke mulut. Sementara faktor penghambat meliputi produk yang dihasilkan kadang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, banyak pesaing menjual produk sejenis, keterlambatan proses produksi, kurangnya media dalam promosi.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil temuan di atas dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

### **1. Bagi pemilik CV Selo Makmur**

Sebaiknya pemilik industri limbah marmer CV Selo Makmur dalam mempromosikan dan mengenalkan produk atau barang melalui media sosial. Sehingga konsumen dalam memesan produk atau barang langsung melalui pemilik CV Selo Makmur sendiri.

### **2. Bagi Akademis**

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi IAIN Tulungagung dan untuk menambah literasi keilmuan di bidang manajemen pemasaran

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan serta objek penelitian yang berbeda, sehingga penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan hasil penelitian yang penulis teliti.