

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari Uraian yang telah di bahas oleh peneliti, yaitu terkait Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Coklat Desa Karanganyar Kecamatan Karanganyar Kabupaten Karanganyar yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Strategi Segmentasi Pasar untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Coklat Desa Karanganyar Kecamatan Karanganyar Kabupaten Karanganyar adalah menggunakan segmentasi berdasarkan Demografi dan segmentasi berdasarkan Geografis. Segmentasi demografi yang menjadi sasarannya adalah semua umur, jenis kelamin, pekerjaan maupun pendidikan. Segmentasi berdasarkan geografis yang digunakan adalah tempat yang mudah dijangkau oleh masyarakat dan memasarkan produknya di tempat-tempat wisata, seperti di Rumah Susu, Galeri Gemilang dan Galeri Rumah Coklat.
2. Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Coklat Desa Karanganyar Kecamatan Karanganyar Kabupaten Karanganyar adalah menggunakan 3 promosi, meliputi media sosial, brosur, dan mengikuti event. Maka dari itu, Strategi Promosi yang digunakan oleh Rumah Coklat adalah menggunakan periklanan (*advertising*).

3. Strategi Inovasi Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Coklat Desa Karang Kecamatan Karang Trenggalek yaitu dengan menggunakan inovasi produk. Dimana inovasi yang dilakukan adalah memberikan inovasi terhadap ukuran produknya, inovasi terhadap kemasannya, dan inovasi dengan memberikan desain yang menarik.
4. Strategi Harga Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Coklat Desa Karang Kecamatan Karang Trenggalek adalah menggunakan strategi harga rendah (*Lost Leader*) dimana memberikan harga rendah dari pesaingnya dan tetap mempertahankan kualitas bahan baku yang bagus.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, kesimpulan yang ada, maka saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Bagi Akademisi

Bagi akademik, penelitian ini dapat digunakan untuk bahan penelitian selanjutnya guna dapat menambah wawasan dan informasi guna menambah kepustakaan dengan upaya untuk mengembangkan keilmuan dan digunakan untuk menambah bahan kajian terhadap strategi pemasaran.

2. Bagi Rumah Coklat

Bagi Rumah Coklat senantiasa tetap menjaga dan meningkatkan kualitas produksi yang ditawarkan agar konsumen tetap berlangganan terhadap produk yang mereka jual dan mereka produksi dan memberikan banyak inovasi dalam pengolahan produknya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi dan acuan untuk penelitiannya terutama terkait dengan strategi pemasaran serta dapat mengembangkan variabel agar lebih dan lebih bermanfaat.