

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Implementasi strategi pemasaran yang dilakukan PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung dalam meningkatkan loyalitas konsumen ada enam, yaitu menjaga kualitas produk, tepat waktu dalam proses pembuatan sampai dengan pengiriman, mengembangkan produk-produk, memberikan harga lebih murah dibandingkan dengan harga pesaing dikarenakan PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung mempunyai tempat galian bahan baku sendiri sehingga dapat meningkatkan kualitas dengan harga murah. Selain itu tempat bahan tambang galian bahan baku harus memiliki surat izin tambang agar konsumen maupun agen tetap merasa aman karena perusahaan tersebut sudah legal. Serta melakukan pelayanan sebaik mungkin kepada para konsumen.
2. Kendala yang dihadapi perusahaan dalam melaksanakan strategi diatas adalah yang pertama mesin yang tiba-tiba mengalami kerusakan akan tetapi dapat diatasi dengan pengadaan mesin ganda untuk setiap proses produksi. Yang kedua listrik padam maka proses produksi juga akan terganggu karena mesin-mesin yang digunakan sebagian menggunakan aliran listrik, kendala ini yang belum bisa diatasi oleh perusahaan karena perusahaan memiliki tegangan listrik yang tinggi sehingga jika menggunakan jenset tidak mampu mengatsinya. Yang ketiga, bahan

bantu untuk segmen dan batu poles impor, solusinya yaitu dengan selalu memiliki stok bahan bantu dalam jumlah banyak sehingga saat terjadi masalah dengan ekspor impor, perusahaan tidak kesulitan mendapatkan bahan bantu tersebut. Yang keempat, cuaca apabila musim hujan tiba maka kegiatan penambangan juga akan sulit karena medan yang dihadapi licin. Cara menyiasatinya sama dengan bahan bantu tadi yang mana perusahaan harus memiliki stok bahan kerajinan marmer yang banyak agar dapat terus memproduksi marmer.

3. Hasil yang diperoleh perusahaan dari penerapan strategi pemasaran adalah hasil penjualan yang meningkat serta memiliki konsumen maupun agen-agen yang selalu mengambil barang dari perusahaan. Wujud nyatanya adalah eksistensi perusahaan yang sangat bagus dan juga berdampak pada tingginya profit atau laba yang dihasilkan oleh perusahaan dibanding perusahaan lain dibidang usaha yang sama.

B. Saran

1. Untuk PT Industri Marmer Indonesia Tulungagung

Diharapkan untuk terus melakukan evaluasi dan perkembangan pada strategi manajemen pemasaran yang dilakukan agar dapat terus bertahan dan menjadi pelopor perusahaan marmer yang memiliki eksistensi yang lebih baik dibandingkan perusahaan lain.

2. Untuk peneliti lanjutan

Diharapkan peneliti selanjutnya untuk mencari referensi atau rujukan yang lebih lengkap tentang topik penelitian yang sejenis mengingat masih jauh dari kata sempurna pada hasil dari penelitian ini.