

BAB VI

PENUTUP

VI.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti diatas, yang mana ditemukan bahwa saat ini pabrik beras Poktan Parung Kembang memproduksi tiga varian atau jenis produk beras dengan harga dan kemasan yang bervariasi. Adapun yang menjadi fokus strategi pemasaran pabrik beras Poktan Parung Kembang dalam meningkatkan penjualan produk ialah dengan mengimplementasikan strategi 4P, yaitu strategi produk (*product*), strategi harga (*price*), strategi tempat/distribusi (*place/distribution*) dan strategi promosi (*promotion*). Dari ke empat strategi pemasaran tersebut yang menjadi fokus utama pabrik beras Poktan Parung Kembang dalam melakukan kegiatan pemasarannya yaitu dengan metode *personal selling* atau melalui kegiatan promosi secara langsung melalui perorangan/kelompok terhadap konsumen terutama kepada orang-orang terdekat, jadi belum secara massif menggunakan media sosial sebagai sarana utama untuk kegiatan promosi (Hal. 41).

Namun demikian, mereka menganggap cara-cara yang telah dilakukan saat ini mampu memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap hasil penjualan produk. Disamping *personal selling*, yang menjadi fokus utama dalam kegiatan pemasaran dalam mencari konsumen atau pasar potensialnya pabrik beras Poktan Parung Kembang selalu berusaha untuk menonjolkan kualitas produknya pada saat melakukan kegiatan promosi. Karena mereka percaya dan meyakini bahwa dengan menawarkan produk yang berkualitas selain dapat meningkatkan penjualan, tentunya itu dapat memberikan kepuasan tersendiri terhadap konsumen. Sehingga nantinya konsumen akan menjadi lebih loyal.

VI.2 Keterbatasan

Dalam melaksanakan kegiatan penelitian, peneliti mempunyai kendala serta keterbatasan, diantaranya yaitu:

1. Dengan masih adanya pandemi covid-19, tentunya berpengaruh serta menghambat kegiatan penelitian terutama terhadap efisiensi waktu penelitian. Mengingat penelitian yang dilakukan oleh peneliti sifatnya secara offline atau turun langsung ke lapangan.
2. Masih minimnya kebaruan bahan referensi yang akan dijadikan acuan peneliti dalam melakukan penelitian, terutama penelitian sejenis. Tentunya hal tersebut sedikit menyulitkan peneliti untuk mendapatkan referensi tambahan selama penelitian berlangsung.

VI.3 Saran

Berdasarkan kegiatan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti serta berdasarkan hasil kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya diatas, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran, diantaranya sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya banyak yang menggunakan metode kualitatif yang membahas tentang penerapan atau implementasi strategi pemasaran. Sehingga banyak penelitian baru yang dapat dijadikan sebagai acuan dasar mengenai model atau tahapan-tahapan dalam strategi pemasaran.

b. Secara Praktis

Pabrik beras Poktan Parung Kembang sebagai salah satu perusahaan di kecamatan jasinga yang bergerak disektor pertanian harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas produk agar tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Maka dari itu, perlu dilakukannya perbaikan dalam penerapan atau implementasi strategi pemasaran khususnya dalam hal kegiatan promosi produk. Dan pabrik beras Poktan Parung Kembang harus terus berupaya dalam memperluas serta memperbanyak jaringan pasar (saluran distribusi) untuk meningkatkan hasil penjualan produk. Kemudian, dalam menghadapi kemungkinan adanya ancaman pabrik beras Poktan Parung Kembang harus melakukan langkah-langkah kongkrit diantaranya dengan mengupayakan untuk terus selektif pada saat pemilihan dan

pembelian bahan baku, mengatur waktu kegiatan produksi hingga tahap akhir (*finishing*) dengan baik untuk menghindari hal yang tidak diinginkan serta memberikan pelayanan yang berkualitas dan cepat terhadap konsumen.