

BAB V

PENUTUP

4.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang Penulis lakukan pada depot air minum isi ulang Putri Sulawesi 2 dalam meningkatkan penjualan maka dapat disimpulkan yaitu:

1. Strategi Pemasaran depot air minum isi ulang Putri Sulawesi 2:

Strategi pemasaran yang digunakan oleh depot air minum isi ulang Putri Sulawesi 2 dalam memasarkan produknya bukan hanya *door to door*, dari mulut ke mulut akan tetapi juga menggunakan media seperti iklan, *facebook*, *instagram*, *whatsaap* dan juga melalui radio. Selain itu depot air minum isi ulang Putri Sulawesi 2 ini juga memperhatikan elemen lain dari marketing mix lainnya yaitu produk, harga, promosi dan distribusi.

2. Keunggulan strategi pemasaran depot air minum isi ulang Putri Sulawesi 2:

a) Produk

Keunggulan dari depot air minum isi ulang Putri Sulawesi 2 ini terletak pada produk air minum R.O (*reseerve osmosis*) yang sudah teruji di laboratorium dan juga sudah mendapatkan sertifikat layak dari dinas terkait.

b) Harga

Keunggulan dari segi harga adalah harga pada depot Putri Sulawesi 2 ini sangat terjangkau.

c) Promosi

Keunggulan dari promosinya adalah depot Putri Sulawesi 2 memberikan 1 kali bonus isi ulang pada konsumen yang telah memenuhi syarat 5 kali isi ulang.

d) Distribusi

Pada depot air minum isi ulang Putri Sulawesi 2 proses pendistribusian produk yang dilakukan yaitu transaksi pembelian ditempat. Maka dengan ini konsumen langsung datang mengisi di tempat dengan sistem *cash and carry* dalam artian pembeli harus membayar barang yang dibeli terlebih dahulu sebelum mendapatkan barang untuk mendapatkan 1 buah kupon.

3. Hambatan dalam memasarkan produk depot air minum isi ulang Putri Sulawesi 2.

a) Produk

Sulitnya memperoleh komponen mesin atau alat operasional apabila terjadi masalah sehingga mengganggu proses produksi dan pemasaran.

b) Harga

Hambatan dalam menetapkan harga depot air minum isi ulang Putri Sulawesi 2 hanya berpedoman pada harga dan tidak menyiapkan jasa layan antar.

c) Promosi

Hambatan depot air minum isi ulang Putri Sulawesi 2 dalam promosi adalah kurangnya proses penyampaian produk dari produsen ke

konsumen atau tidak mampu melakukan komunikasi yang baik dalam menawarkan produk dengan cara melakukan program promosi dari perusahaan secara menarik.

d) Distribusi

Tidak adanya alat operasional dalam mendistribusikan produk dan juga karyawan tetap sehingga saat konsumen datang membeli, pemilik depot dan keluarganya sendiri yang langsung melayani konsumen.

4.2 SARAN

Saran yang dapat Penulis kemukakan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan adalah:

a) Produk

Saran yang dapat Penulis berikan terkait hambatan produk adalah agar depot Putri Sulawesi 2 dapat memesan komponen mesin itu jauh hari guna untuk berjaga-jaga supaya tidak menghambat pemasaran pada saat terjadi masalah.

b) Harga

Saran yang dapat Penulis berikan terkait hambatan dalam menetapkan harga jangan hanya berpedoman pada harga tetapi harus menyediakan jasa layanan antar.

c) Promosi

Saran yang dapat Penulis berikan terkait hambatan promosi adalah perusahaan harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik dalam menawarkan produk atau dengan cara melakukan program promosi dari

perusahaan secara menarik sehingga efektif untuk membangun citra sebuah perusahaan.

d) Distribusi

Saran yang dapat Penulis berikan terkait hambatan promosi adalah Penulis menyarankan menambah motor untuk operasional dan menambah karyawan tetap agar tidak jadi keterlambatan distribusi pada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari. 2014. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Amirullah & Hardjanto, Imam. 2005. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Anoraga, P. 2009. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Asri Marwan. 1991. *Marketing*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Andi. 2016. *Perancangan System Informasi Berbasis Informasi Pemasaran dan Penjualan berbasis smartphone (android)*. Jurnal ilmiah ILKOM, Vol. VIII, No. 1
- Basu Swastha, Hani. (2004). *Manajemen Pemasaran perilaku konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Basu Swastha DH (2005). *Asas-asas marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Burhan, Bungin. 2012. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chandra, G. 2006. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Ekawati Rahayu. 2008. *Manajemen Pemasaran Buku Daras*, STAIN, Kudus.
- Griffin, R.W. 2015. *Buiness Essential*. Jakarta: PT. Glora Aksara Pratama.
<https://majoo.id/solusi/detail/pemasaran>.
- Hasan alizar. 2014. *Analisis bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian smartphone blackberry dan Samsung android*. Jurnal ilmiah optmasi system industri, Vol. 13, No. 2
- Hadari ,Nawawi. 1991. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: UGM Press.

- IBI 2016. *Memahami bisnis bank syariah*. Jakarta: PT. Gramedia pustaka utama.
- Jumingan. 2009. *Studi kelayakan bisnis*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 edisi kedelapan, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. 2002. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran. Indonesia*. Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen pemasaran, Ahli Bahasa Benyamin Molan*, Jilid 2 PT. Indeks Jakarta.
- Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho J. Setiadi. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Purwanto, Iwan. 2006. *Manajemen Strategi*. Bandung: Yrama Widya.
- Rangkuti Freddy. 2017. *Analisis Swot : Teknik membedah Kasus Bisnis cara perhitungan bobot rating dan OCAI*. Jakarta : PT.Gramedia Utama.
- Rozi Pratama. 2019. *Strategi Pemasaran Depot Air Minum Isi Ulang Alhamra Dalam Meningkatkan Penjualan Di Nagari Limo Kaum Batusangkar*. Skripsi, Batusangkar.
- Saefullah, Ernie. Tisnawati. 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prenada Media.
- Siti Khadijah. 2004. *Smart Strateg Of Marketing*, Alfabeta, Bandung.
- Solihin, ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNES Press.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Ulfa Indriyani.2017. *Tingkat Konsumsi Air Minum Dalam Kemasan Dan Dampaknya Terhadap Lingkungan (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro Angkatan 2017)*.Skripsi, Metro.
- Widya Yanti. 2011. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Air Minum Pada Depot Jasno Susanto (Jsn) Pekanbaru*. Skripsi, Pekan Baru.
- Winardi. 1997. *Manajemen Strategik*. Jakarta : Mandar Maju.
- Winardi, 2003. *Entrepreneur & Entrepreneurship*.Bogor : Prenda Media