

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diawal tentang strategi *marketing mix* dalam meningkatkan penjualan (studi kasus pada Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya), maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi *marketing mix* dalam meningkatkan penjualan (studi kasus Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya) yaitu beberapa strategi mengenai strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran (distribusi), dan strategi promosi yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya.
 - a. Strategi produk yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya dengan cara memproduksi apa yang diinginkan oleh konsumen dengan sistem CMO (*Customer Management Order*) *Customer Management Order* adalah sebuah proses pengorganisasian permintaan pembelian produk dari konsumen, atau bisa dibilang proses pemenuhan pesanan.
 - b. Strategi harga yang diterapkan oleh Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya yaitu dengan cara mengetahui harga pokok produksinya, selain itu Perusahaan Daerah Rumah Potong

Hewan Surabaya juga melihat harga pesaing yang menjual produk yang sama.

- c. Strategi distribusi yang digunakan oleh Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya ada dua cara yaitu : melalui *outlet* rumah daging Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan dan distributor atau *freezer point* dan HORECA (Hotel, Restaurant, Cathering)..
 - d. Strategi promosi yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya yaitu dengan cara menyebarkan brosur, melalui *website*, pameran-pameran di dalam kota maupun di luar kota, melalui media massa koran dan majalah.
2. Selama Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya melakukan strategi *marketing mix* dalam meningkatkan penjualan, terdapat beberapa kendala baik internal maupun eksternal, kendala yang di hadapi secara internal yaitu sarana dan prasarana produksi yang kurang memadai, alokasi dana untuk melakukan *marketing* juga bisa dibilang kurang, maka dari itu selama ini Promosi yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya terkesan seadanya dan tidak terlalu sering melakukan promosi. Sumber daya manusia yang mumpuni dalam promosi juga masih kurang. Sedangkan kendala eksternal yaitu terkendala dengan sistem birokrasi pemerintah yang agak rumit dan sulit.

B. Saran

Melalui penulisan karya ilmiah ini ada beberapa yang penulis kemukakan antara lain :

1. Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya harus lebih berinovasi lagi agar bisa bersaing dengan pesaing yang tentunya juga akan berinovasi, kalau tidak melakukan sebuah inovasi produk maka pelanggan akan merasa bosan dan jenuh sehingga pelanggan akan beralih kepada pesaing yang memberikan sebuah inovasi produk.
2. Seharusnya Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya benar-benar serius dalam mempromosikan produknya agar bisa lebih dikenal oleh konsumen, karena promosi adalah salah satu alat yang dapat menunjang keberhasilan perusahaan. jangan terlalu sering melakukan promosi di pameran saja, sudah terbukti pameran hanya sedikit memberi efek terhadap penjualan, promosi di media massa juga harus ditingkatkan agar bisa memberikan efek yang signifikan terhadap penjualan.
3. Hendaknya mempunyai Sumber Daya Manusia yang mampu dalam bidang *marketing*, agar strategi promosi yang dilakukan lebih efektif dan efisien, sehingga penjualan produk bisa meningkatkan dan Perusahaan Daerah Rumah Potong Hewan Surabaya bisa memperoleh keuntungan atau laba yang lebih banyak.