

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran produk furnitur pada CV. Bukit Saufa Cabang Banjarbaru berdasarkan bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat/distribusi, dan strategi promosi. Adapun strategi promosi yang mereka lakukan yaitu dengan mengadakan program pemberian bonus dan diskon, melakukan promosi-promosi melalui brosur, spanduk, baliho, papan reklame, *neon box*, dan mengadakan pameran.
2. Berdasarkan analisis *SWOT*, pengembangan strategi pemasaran produk furnitur yang bisa dilakukan oleh CV. Bukit Saufa Cabang Banjarbaru adalah memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Strategi pemasaran produk furnitur yang dilakukan oleh CV. Bukit Saufa Cabang Banjarbaru adalah:
 - a. Strategi SO (*Strength Opportunity*)
 - 1) Memperkenalkan keunggulan-unggulan produk furnitur.
 - 2) Selalu berinovasi dalam membuat produknya.
 - b. Strategi WO (*Weakness Opportunity*)
 - 1) Mengembangkan media promosi dengan membuat iklan di media massa, misalnya koran.

- 2) Menambah peralatan dan mesin untuk memperlancar proses produksi.
- 3) Menjalin hubungan yang baik dengan para pemasok bahan baku untuk mempercepat ketersediaan bahan baku.

c. Strategi ST (*Strength Threat*)

- 1) Mempertahankan kualitas dan harga agar tetap menjadi pilihan masyarakat dengan tetap menjaga hubungan baik dengan pemasok agar mendapatkan bahan baku yang murah.

d. Strategi WT (*Weakness Threat*)

- 1) Menambah jaringan distribusi.
- 2) Mempertahankan kualitas produk yang baik dengan memanfaatkan pegawai yang handal.

3. Kendala yang dihadapi oleh CV. Bukit Saufa Cabang Banjarbaru dalam memasarkan produknya seperti bahan baku yang lama datang dari pusat karena ada masalah cuaca atau tidak ada barang di pusat karena sudah dibagi ketempat lain yang mana mengakibatkan orderan yang banyak jadi tertunda dan menghambat proses pemasaran, keterlambatan pembayaran dari pelanggan yang mengakibatkan terhambatnya proses produksi dan pemasaran, pasaran yang sepi terkadang membuat pemasaran produk tidak berjalan dengan lancar, produk yang belum terlalu dikenal orang juga menjadi kendala dalam memasarkan produk tersebut dikarenakan banyaknya pesaing yang menjual produk yang sama dan pesaing yang produknya sudah dikenal banyak masyarakat yang mana mereka sudah mempromosikan produknya lewat televisi.

B. Saran

1. Bagi CV. Bukit Saufa Cabang Banjarbaru dalam memperkenalkan produk furnitur sebaiknya lebih dimaksimalkan lagi dan mencari cara yang efektif untuk memasarkan baik itu melalui sosialisasi maupun promo lainnya, karena perusahaan masih memiliki kendala dalam memasarkan produknya. Selain itu perusahaan juga sebaiknya selalu melakukan inovasi dan menjaga kualitas produk agar tetap menjadi pilihan masyarakat. Dan disarankan kepada perusahaan agar menggunakan strategi pemasaran syariah karena dengan menggunakan sistem berbasis syariah perusahaan akan mendapatkan berkah di dunia dan di akhirat.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya, karena keterbatasan penulis yang hanya mengacu kepada strategi pemasaran produk, maka diharapkan bagi penelitian selanjutnya agar dapat memperluas objek penelitian pada aspek kualitas pelayanan dan manajemen yang lebih mendalam mengenai produk furnitur tersebut.