

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian pada pembahasan sebelumnya, dapat diperoleh kesimpulan dan jawaban atas rumusan masalah yang telah ditetapkan.

1. Strategi pemasaran yang dilakukan IWP belum efektif. Berkenaan dengan segmentasi dan pemilihan target pasar, IWP telah dapat mengidentifikasi dengan jelas target pasar mereka. Namun begitu IWP belum dapat memosisikan diri bagi target pasar dewasa muda. IWP belum dapat memberikan daya tarik yang signifikan sehingga *value* yang ingin disampaikan IWP, dan *value* yang diinginkan target pasar mereka belum dapat mencapai titik temu.
2. Bauran pemasaran yang telah ditetapkan IWP belum sepenuhnya efektif. Keempat atribut bauran pemasaran produk yang telah ditetapkan IWP masih memiliki kelemahan yang signifikan. Kelemahan tersebut berdampak kepada keseluruhan penjualan yang dihasilkan terus menjadi stagnan dan terindikasi terus menurun.

Berkenaan dengan atribut Produk, produk IWP belum sesuai dengan yang diharapkan konsumen mereka berkaitan dengan kriteria 5C batu berharga berlian (*Carat, Clarity, Color, Cut, dan Certificate*). Kelemahan terlihat pada ketiadaan kriteria *Certificate* sebagai kriteria penunjang keempat kriteria lainnya. Konsumen merasakan ketidakselarasan antara kualitas yang mereka tangkap dengan kualitas sesungguhnya dikarenakan tidak adanya sertifikat berlian.

Berkenaan dengan atribut Harga, harga yang ditetapkan IWP dirasakan tidak selaras dengan persepsi konsumen akan nilai produk IWP. Harga produk IWP telah ditetapkan di atas biaya produk sebagai sebagai batasan terendah. Namun terkait batas tertinggi yaitu persepsi konsumen akan nilai produk, harga produk IWP masih memiliki kekurangan. Persepsi konsumen dipengaruhi oleh tidak adanya sertifikat produsen sehingga harga yang ditetapkan dianggap belum sebanding dengan kualitasnya.

Berkenaan dengan atribut Tempat, lokasi IWP yang tidak strategis untuk bidang usaha yang demikian membuat atribut ini menjadi kelemahan (*weakness*) IWP.

Dan berkenaan dengan atribut Promosi, promosi yang dilakukan IWP tidak fokus dan belum berhasil menggapai target pasar yang diinginkan. Beberapa *event* yang dilakukan IWP dirasa tidak efektif. Penggunaan media sosial pun masih sangat minim mengingat media sosial adalah salah satu alat promosi yang efektif untuk memasuki pasar dewasa muda.

3. Kelemahan IWP terletak pada penetapan tanggung jawab yang masih tidak efektif. IWP juga tidak pernah melakukan penelitian dan pengembangan yang berlandaskan data yang valid dalam rangka menentukan produk mereka.
4. Manfaat pemeriksaan operasional bagi bauran pemasaran IWP adalah pemeriksaan yang dilakukan dapat membantu IWP mendapatkan *feedback* dari konsumen dan dari masyarakat mengenai bauran pemasaran yang ditetapkan saat ini. Pemeriksaan operasional juga membantu IWP dalam menilai efektivitas bauran pemasaran yang telah ditetapkan. IWP pun dapat memperoleh analisis penyebab dan dampak dari permasalahan yang terjadi. Dan, melalui pemeriksaan operasional juga, IWP dapat memperoleh rekomendasi untuk mengatasi masalah yang terjadi berkenaan dengan fungsi pemasaran mereka.

5.2. Saran

Dalam rangka membantu perusahaan melakukan pengembangan dan perbaikan yang berkelanjutan, dan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada pada fungsi pemasaran, berikut adalah intisari rekomendasi yang dapat dilakukan, yang perinciannya telah terdapat pada pembasahan sebelumnya:

1. Melakukan modifikasi terhadap struktur organisasi terkait pemasaran.

IWP dapat memodifikasi struktur organisasi sekaligus menetapkan batasan deskripsi pekerjaan terkait dengan fungsi pemasaran mereka. Hal ini dapat dilakukan untuk dalam rangka mendapatkan alur tanggung jawab dan pendelegasian tugas yang efektif.

2. Melakukan riset penelitian dan pengembangan desain produk.

Riset pasar yang komprehensif tentu memerlukan sumber daya yang tidak kecil, namun begitu dengan riset yang mumpuni, IWP dapat menghasilkan produk yang tepat dan mampu menangkap *value* yang diinginkan target pasar mereka.

3. Merancang sertifikat produsen untuk produk.

Certificate adalah satu kriteria 5C berlian yang menjadi penopang keempat kriteria lainnya yaitu *Carat*, *Clarity*, *Cut*, dan *Colour*. Dengan adanya sertifikat produsen yang diterbitkan bagi produk IWP, persepsi konsumen terhadap kualitas produk pun akan menjadi lebih tinggi sesuai dengan kualitas yang ingin disampaikan IWP.

4. Memuktahirkan wisata edukasi berlian.

Wisata edukasi berlian adalah keunggulan kompetitif IWP yang tertera sendiri dalam nama mereka, Indo Wisata Permata. Potensi yang besar dari konsep wisata ini dapat menjadi daya tarik yang unik dan unggul dari pesaing mereka. Dengan memuktahirkan kembali rangkaian wisata tersebut, diharapkan bahwa daya tarik IWP dapat semakin meningkat.

5. Menerapkan teknik promosi yang berpotensi lebih efektif.

Setelah atau bersamaan dengan penerapan rekomendasi lain, IWP dapat melakukan promosi dengan teknik yang lebih fokus. Teknik promosi yang lebih fokus akan dapat menarik calon konsumen yang lebih potensial dalam menghasilkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arens, Alvin dkk. *Auditing and Assurance Services, Fifteenth Edition*. Essex, Inggris: Pearson Education Limited.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi V*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Edisi Kedua.
- Departemen Kesehatan Republik Indonesia. 2009. *Profil Kesehatan Indonesia*. Jakarta: Departemen Kesehatan Republik Indonesia
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2016. *Principles of Marketing, Sixteenth Edition*. Harlow, Essex, Inggris: Pearson Education Limited.
- Reider, Rob. 2002. *Operational Review*. Hoboken New Jersey, Amerika Serikat: John Wiley & Son Inc.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2013. *Research Method for Business*. West Sussex, Inggris: John Wiley & Son Ltd.
- <http://ciputrauceo.net/2016/4/28/riset-pemasaran-dan-cara-menyusun-riset-pemasaran> diakses 1 November 2017 pukul 14.00 W.I.B.
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/15615/Kemenperin-Pacu-Industri-Batu-Mulia> diakses 13 September 2017 pukul 18.00 W.I.B
- <https://manufakturindo.com/news/detail/industri-batu-mulia-dan-perhiasan-merangkak-naik-2.html> 13 September 2017 pukul 18.00 W.I.B.
- <https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/paretos-8020-rule-marketing/> diakses 1 November 2017 pukul 14.00 W.I.B.