

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penerapan analisis SWOT dalam penentuan strategi pemasaran PT Arta Boga Cemerlang didapat data dari hasil wawancara lalu dijadikan untuk kuisioner. Hal ini ditunjukkan pada diagram cartesius, pada diagram cartesius analisis SWOT ditunjukkan bahwa nilai total skor tertinggi berada pada kuadran pertama yaitu di posisi strength 1.20 dan opportunity 0.57 dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan.

Strategi pemasaran yang sesuai dengan PT. Arta Boga Cemerlang adalah Growth Oriented Strategy. PT. Arta Boga Cemerlang memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat melakukan secara agresif. Strategi yang dapat dijalankan PT. Arta Boga Cemerlang agar memaksimalkan hasil penjualannya yaitu dengan memasarkan lebih banyak produknya, menambah tenaga penjual agar bisa memasarkan ke daerah-daerah yang lebih luas, dan menambah promosi.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

- 1) Arta Boga Cemerlang diharapkan untuk Memasarkan lebih banyak produk minuman yang bervariasi dan bisa menyesuaikan dengan perubahan tren nya di PT Arta Boga Cemerlang Malang.

- 2) Arta Boga Cemerlang diharapkan Menambah tenaga penjual agar produk bisa dipasarkan ke daerah daerah kecil yang belum terdistribusi.
- 3) PT Arta Boga Cemerlang diharapkan Menambah promosi dengan memberikan tawaran kerjasama dengan pelanggan-pelanggan baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Abiodun, Eniola Anthony, and Olorunleke Gabriel Kolade. "Marketing Strategies Impact On Organizational Performance."
- Ali Hasan. 2011. Marketing. MedPress. Yogyakarta.
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Assauri, Sofjan., 2018. *Manajemen Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Atmoko, Temoteus Prasetyo Hadi. 1.2 2018 : 83-96"Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta." *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* .
- Entaresmen, Raden Ajeng, and Desy Putri Pertiwi. (2017: 53-74"Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah Di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Jakarta Barat." *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* 9.1 (2017): 53-74.
- Febrianti, Loedvita. 2019 *ANALISIS SWOT SEBAGAI PENENTU STRATEGI PEMASARAN PADA MARTABAK KING JEMBER*. Diss. Universitas Muhammadiyah Jember, 2019.
- Inyang, Aniefre Eddie, Raj Agnihotri, and Laura Munoz. 2018"The role of manager leadership style in salesperson implementation of sales strategy: a contingency perspective." *Journal of Business & Industrial Marketing* .
- Kotler, Philip. 2018., Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- LIE, STEVEN (2018) *ANALISA KINERJA PEMASARAN SEBAGAI DASAR MENYUSUN STRATEGI PEMASARAN PADA PT.SIMPATINDO MALANG*.
- M. Mursid. 2011. Manajemen Pemasaran, PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Prastiwi, Qorry. 2019 *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Pabrik roti Alfaris Bakery Medan*. Diss.
- Rangkuti, Freddy. 2013. Riset pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama bekerjasama dengan Sekolah Tinggi Ekonomi IBII.
- Rangkuti, Freddy. 2017. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sidik, Feni Mariana. 2018., *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Klinik Natasha Skin Center Enggal Bandar Lampung)*. Diss. UIN Raden Intan Lampung,.

- Steger, Christopher R. "The impact of the Marketing/Sales relationship and effect on Business performance Christopher R. Steger Saint Leo University MBA 525 Dr. Diane Monahan." (2019).
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Tafesse, Wondwesen, and Anders Wien. "Implementing social media marketing strategically: An empirical assessment." *Journal of Marketing Management* 34.9-10 (2018): 732-749.
- Zevi, Irfan. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri*. BS thesis. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Zhang, Jihua, and Rong Wang. "Research on the marketing strategy of new energy vehicles in SL company." *American Journal of Industrial and Business Management* 9.2 (2019): 306-314.

(Michael Lie)