

BAB V

PENUTUP

A. TEMUAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa PT Berkarya Jaya Selamanya telah menerapkan strategi bauran pemasaran yang menggunakan unsur bauran pemasaran 4P yaitu *product, price, place, promotion*. Berikut hasil temuan yang dilakukan oleh peneliti terkait strategi bauran pemasaran pada PT Berkarya Jaya Selamanya :

1. Produk (*Product*)

Produk yang ditawarkan mengutamakan kualitas yaitu berupa penggunaan material dengan kualitas bagus. PT Berkarya Jaya Selamanya memiliki 2 produk yaitu produk perumahan subsidi dan perumahan non subsidi dengan berbagai macam *type* serta model rumah yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Harga (*Price*)

Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan serta PT Berkarya Jaya Selamanya menyediakan beberapa kemudahan dalam proses pembayaran konsumen yaitu berupa *cash* keras, *cash* bertahap dan KPR (Kredit Kepemilikan Rumah).

3. Lokasi atau Tempat (*Place*)

Setiap lokasi perumahan di PT Berkarya Jaya Selamanya memiliki lokasi yang sangat strategis dengan dilengkapi sistem keamanan yang baik seperti menerapkan *one gate system* pada akses jalan keluar masuk perumahan dan pagar keliling. Selain itu setiap lokasi perumahan memiliki keunggulan dalam hal akses seperti dekat dengan fasilitas umum yakni : dekat dengan pusat pendidikan, pembelanjaan, pusat pemerintahan, dan *utilitas* lainnya.

4. Promosi (*Promotion*)

Strategi promosi yang dilakukan yaitu menggunakan media *online* dan *offline* dalam proses pemasarannya. Media *online* meliputi sosial media *facebook, instagram, whatsapp, tiktok*, melakukan iklan di sosial media yang sudah dijadikan *Ads*, dan melakukan *endorsement*. Sedangkan media *offline* yang digunakan seperti membuat poster atau baliho untuk dipasang di pinggir jalan, dan juga pemasangan *banner, vidio tron*. Kemudian menghadiri acara atau momen tertentu untuk melakukan branding produk dengan cara menyebarkan brosur perumahan seperti pada acara CFD (*Car Free Day*), acara *eventual* yang diselenggarakan oleh pemerintah kota kediri.

Strategi bauran pemasaran yang telah diterapkan oleh PT Berkarya Jaya Selamanya dalam upaya meningkatkan penjualan rumah sudah dilakukan dengan benar dan sesuai dengan teori yang

ada, dengan kata lain ke empat unsur bauran pemasaran tersebut berperan penting dalam meningkatkan volume penjualan, serta dapat memberikan keuntungan untuk PT Berkarya Jaya Selamanya.

B. IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat di kemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Implikasi teoritis

Dalam strategi pemasaran dapat diketahui bahwa bauran pemasaran 4P sangatlah penting, yang meliputi produk, harga, lokasi dan promosi. Hal ini dapat diterapkan oleh PT Berkarya Jaya Selamanya guna untuk meningkatkan penjualan rumah.

2. Implikasi praktis

a) Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai masukan bagi perusahaan dan bagi perusahaan atau wirausaha yang belum menerapkan strategi bauran pemasaran.

b) Bagi mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan pembelajaran mengenai pentingnya menerapkan strategi pemasaran pada bauran pemasaran, yang tepat dan benar untuk kelangsungan sebuah usaha atau bisnis.

C. REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian ini, ada beberapa hal yang peneulis rekomendasikan antara lain :

a. Bagi perusahaan

Sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan dalam menerapkan strategi bauran pemasaran terutama di bidang developer. Salah satunya dengan menerapkan kegiatan promosi yang matang dan maksimal.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti menyadari bahwa tidak ada yang sempurna didunia ini, oleh sebab itu penelitian ini juga masih banyak kurangnya. Maka di harapkan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih baik dari segi penulisan, materi, metode dan hasil.