

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN



#### 4.1 Kesimpulan

Berdasar hasil kerja praktek dan pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis dapat mengemukakan beberapa kesimpulan yang menyangkut pelaksanaan strategi pemasaran pada CV.ARMICO Bandung, yaitu sebagai berikut :

1. Tujuan CV.ARMICO Bandung dalam menetapkan strategi pemasaran ada dua jenis yaitu :
  - a. tujuan jangka pendek : meliputi penetapan harga perkenalan, melakukan promosi, meningkatkan kualitas produk.
  - b. tujuan jangka panjang mengacu pada kebijakan tujuan jangka pendek, sehingga laba yang diinginkan dapat tercapai pada tujuan jangka panjang.
2. Pelaksanaan strategi pemasaran pada CV.ARMICO Bandung ini menggunakan strategi siklus hidup produk, dilaksanakan dengan cara sebagai berikut :
  - a. strategi perkenalan (*introduction*)
  - b. strategi pertumbuhan (*growth*)
  - c. strategi kedewasaan (*maturity*)
  - d. strategi kemunduran (*decline*)

3. Kendala-kendala yang dihadapi oleh CV.ARMICO dalam menetapkan strategi pemasaran adalah :
  - a. Adanya pesaing
  - b. Salesman
  - c. Kualitas produk

#### 4.2 SARAN

Berdasarkan kerja praktik yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Tujuan pelaksanaan strategi pemasaran yang telah diterapkan sudah berjalan sesuai, namun dalam pencapaiannya masih perlu ada pembenahan.
2. Karena saat ini CV. ARMICO berada pada tahap pertumbuhan, maka harus banyak melakukan promosi yang cukup gencar. Untuk mencapai tahap kedewasaan.
3. Banyaknya kendala yang dihadapi CV. ARMICO dalam menetapkan strategi pemasaran, maka CV. ARMICO harus benar-benar mampu melihat, dan selektif dalam memilih strategi yang tepat.