

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi memproduksi air kesehatan hexagonal “ASQIRO” di KSU Kencana Makmur Lamongan melalui mengolah air alami melalui proses RO (Reserve Osmosis) tanpa bahan tambahan.
2. Strategi penetapan harga yang dilakukan oleh KSU Kencana Makmur dengan metode *Cost Oriented Pricing*. Namun dengan metode itu ada strategi yang dilakukan yaitu dengan melihat harga pasar dan kualitas air.
3. Strategi dalam pendistribusian yang dilakukan oleh KSU Kencana Makmur Lamongan yaitu agen. Agen mendistribusikan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” dengan alat transportasi diantaranya ; truk, engkel, mobil box, grand pick up, dan mobil L300.
4. Strategi promosi yang dilakukan KSU Kencana Makmur Lamongan melalui periklanan, publisitas, promosi penjualan dan penjualan langsung. .
5. Perkembangan volume penjualan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” mengalami kenaikan untuk tiap tahun hal ini disebabkan oleh penerapan bauran pemasaran yang meliputi produk yang terjamin, harga terjangkau, pendistribusian yang efektif dan beberapa promosi yang dilakukan. Upaya tersebut mampu menambah jumlah konsumen air kesehatan hexagonal “ASQIRO”

6. Penerapan bauran pemasaran KSU Kencana Makmur Lamongan sangat berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan air kesehatan hexagonal “ASQIRO”. Penerapan Bauran Pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan air kesehatan hexagonal “ASQIRO” yaitu dengan cara melakukan strategi-strategi diantaranya; strategi produk yaitu konsistensi citra produk; strategi harga yaitu; kesesuaian harga dengan kualitas produk; strategi distribusi yaitu mempunyai dua tempat industri yang membantu memperlancar produksi dan pendistribusian ke para konsumen yang efektif; dan strategi promosi yaitu promosi dilakukan dengan berbagai variasi.

B. Saran

Untuk mengoptimalkan penerapan bauran pemasaran air kesehatan hexagonal “ASQIRO” sehingga menjadi lebih baik, maka beberapa saran dapat diajukan yaitu :

1. Disarankan untuk membentuk jaringan pemasaran baru dengan berbagai jenis kegiatan usaha seperti rumah makan, hotel dan supermarket yang ada di sekitar Lamongan
2. Untuk memperkenalkan produk pada masyarakat yang lebih luas, maka disarankan melakukan promosi melalui pendekatan langsung pada organisasi-organisasi masyarakat yang ada di sekitar Lamongan.
3. Strategi dalam penjualan yang dilakukan harus lebih diperbanyak lagi, misalnya melakukan pengenalan pada konsumen luar kota secara lebih luas dengan membawa produk air kesehatan hexagonal “ASQIRO” berikut

manfaat yang bisa diperoleh oleh konsumen setelah mengkonsumsi air kesehatan hexagonal “ASQIRO”.

4. Berkaitan dengan pengembangan/penambahan kapasitas produksi dan perluasan gudang yang akan direncanakan maka perlu dipertimbangkan harga air yang diterapkan mengenai adanya penambahan kapasitas tersebut.
5. Disarankan koperasi serba usaha kencana makmur khusus bidang produksi air kesehatan hexagonal hexagonal “ASQIRO” dan air mineral “QSU” dijasikan koperasi produksi.