

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Vauza Tamma Abadi, serta pengembangan strategi pemasaran internasional. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dari pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi, serta dokumentasi, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. PT. Vauza Tamma Abadi telah mengimplementasikan strategi bauran pemasaran dalam sistem pemasaran perusahaan, baik untuk skala domestik maupun internasional. Dalam hal *marketing mix*, perusahaan mempunyai keunggulan dari sisi promosi, di mana perusahaan menggunakan berbagai media untuk memasarkan produknya, baik *online* maupun *offline*. Perusahaan masih mempunyai kesulitan dalam segi adaptasi produk dengan negara yang dituju. Hal tersebut akan menyulitkan perusahaan dalam memasuki pasar internasional, di mana setiap negara mempunyai karakteristik tertentu yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini tentu saja berkaitan dengan fokus perusahaan yang masih terfokus pada pemenuhan pesanan dari lingkup domestik. Hambatan selanjutnya

juga terletak pada penentuan harga. Perusahaan cenderung menetapkan harga yang sangat rendah demi menarik hati para konsumen, di mana akan berimbang pada keuntungan yang diperoleh tidak akan maksimal.

2. Hambatan yang dihadapi perusahaan salah satunya merupakan dari sisi produksi. Perusahaan mengalami kesulitan dalam memproduksi dengan kuota yang banyak, di mana perusahaan akan kesulitan untuk memenuhi pesanan yang berasal dari konsumen, termasuk distributor, *reseller*, hingga konsumen akhir.
3. Hambatan lain merupakan berasal dari sumber daya yang tersedia. Sumber daya dengan komitmen yang kurang merupakan hal yang beresiko jika hal ini terjadi terus-menerus, sehingga akan menurunkan tingkat produktivitas perusahaan. Sumber daya lain, termasuk sumber daya tenaga listrik serta sumber daya mesin juga menjadi hambatan. Hal ini berimbang pada rendahnya kuota yang dapat diproduksi oleh perusahaan serta kualitas produk.
4. Sistem manajemen perusahaan juga merupakan hambatan yang dihadapi perusahaan, seperti sistem manajemen sumber daya manusia, serta sistem manajemen keuangan. Melihat umur perusahaan yang baru berdiri sekitar 2 tahun silam, perusahaan membutuhkan waktu untuk membenahi hal tersebut agar kedepannya perusahaan mempunyai fondasi yang kuat, sehingga keberlangsungan hidup perusahaan dapat terjaga dengan semestinya.

B. Saran

1. Bagi pemerintah, diperlukan sejumlah rangkaian strategi untuk mendukung para pelaku bisnis untuk melakukan perluasan pasar ke ranah internasional. Kurangnya edukasi dalam hal pemasaran internasional dan pentingnya memperluas pasar ke ranah internasional membuat para pelaku bisnis tidak mempunyai motivasi yang kuat.
2. Bagi perusahaan, diperlukan kerjasama dengan para distributor untuk melakukan riset bersama dalam menentukan target pasar, di ranah domestik maupun internasional agar perusahaan dapat dengan mudah memasuki pasar. Hal ini tentu memberi keuntungan para distributor juga dalam menarik perhatian para konsumen akhirnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, yang ingin membahas penelitian sejenis, diharapkan untuk memperjelas penelitian dengan periode waktu yang jelas, sehingga peneliti dapat memahami strategi bauran pemasaran internasional yang dilakukan perusahaan lebih dalam.