

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis deskriptif, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penggunaan *paving block* kini sudah mulai dikenal dan digunakan oleh masyarakat Indonesia sebagai pengeras jalan, area parkir, trotoar dan sebagainya. PT Alam Daya Sakti selaku produsen *paving block* terus mengembangkan pasarnya dengan cara meningkatkan mutu dan kualitas produknya serta membuat strategi pemasaran.
2. Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Alam Daya Sakti adalah dengan mengidentifikasi segmen pasar, target pasar, *positioning* dan *marketing mix*. Segmen pasar dari PT Alam Daya Sakti adalah masyarakat Jawa Tengah dan dari kalangan menengah ke atas. PT Alam Daya Sakti memposisikan dirinya sebagai *market leader* dan akan terus berkembang. Dari segi *marketing mix* PT Alam Daya Sakti membuat strategi dari aspek produk, harga, distribusi dan promosi.
3. Berdasarkan aspek produk PT Alam Daya Sakti memiliki tiga produk *paving block* yang jarang dimiliki oleh produsen lain yaitu, *paving K-500* yang cocok untuk jalanan yang dilalui kendaraan dengan beban berat. *Paving K-400* yang cocok digunakan untuk jalanan yang dilalui mobil atau motor. *Paving K-300* cocok untuk trotoar atau untuk halaman rumah.

4. Harga dari *paving block* sendiri menyesuaikan dari ketebalan, bentuk dan warna yang diinginkan.
5. PT Alam Daya Sakti memiliki dua pabrik di Semarang dan Magelang. Pendistribusian ke wilayah Jawa Tengah Seperti Semarang, Magelang, Solo, Purwokerto, Cepu dan wilayah Jawa Tengah lainnya.
6. Promosi yang dilakukan oleh PT Alam Daya Sakti adalah dengan penjualan langsung dengan bertatap muka dengan konsumen, melalui *website* yang bisa diakses pada [aldas.co.id](http://aldas.co.id), melalui promosi penjualan dan melalui mulut ke mulut.
7. Hambatan yang ditemui oleh PT Alam Daya Sakti adalah dari aspek harga yang sangat bersaing antar kompetitor, pendistribusian ke wilayah-wilayah yang sulit dijangkau membuat kerusakan pada *paving block* yang dibawa lebih dari biasanya, *website* yang jarang *diupdate*.

## 1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Mempertahankan segmen pasar yang dituju dan dapat lebih ditingkatkan lagi dengan terus membuat inovasi baru dan meningkatkan kualitas produk.
2. Mempertahankan dan meningkatkan keamanan pada saat pendistribusian khususnya jika pengiriman ke wilayah-wilayah yang sulit dijangkau untuk meminimalisir kerusakan pada *paving block* yang dibawa.

3. Strategi harga tetap dilakukan dan tetap memperhatikan kualitas dari produk itu sendiri, selain itu dengan memperhatikan kebutuhan konsumen agar konsumen dapat loyal terhadap *paving block* PT Alam Daya Sakti.
4. Lebih sering *update website* jika ada produk atau berita baru agar konsumen lebih tertarik dan percaya kepada PT Alam Daya Sakti.
5. Menambah media promosi seperti brosur atau dengan memasang papan baliho agar semakin dikenal oleh masyarakat umum.