BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan mengenai Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan buku pada PT Literindo Berkah Karya Penerbit dan Percetakan Malang, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan mengacu pada penerapan unsur-unsur bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi, dan promosi. Perusahaan berupaya menghasilkan buku dengan kualitas yang baik, baik dari segi isi maupun kualitas bahan cetaknya. Penentuan harga disesuaikan dengan kualitas produk yang dihasilkan, seperti jenis kertas, jumlah halaman, serta biaya produksi yang digunakan. Selain itu, kegiatan distribusi dilakukan melalui berbagai saluran pemasaran, baik secara langsung melalui toko buku dan distributor maupun secara tidak langsung melalui platform penjualan daring, sehingga jangkauan pemasaran menjadi lebih luas.
2. Pelaksanaan strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan menunjukkan hasil yang cukup positif terhadap peningkatan penjualan buku. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah transaksi penjualan serta bertambahnya konsumen yang melakukan pembelian. Kegiatan promosi yang memanfaatkan media digital seperti media sosial dan marketplace mampu menarik perhatian konsumen serta meningkatkan minat beli terhadap produk buku yang ditawarkan oleh perusahaan.

3. Dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran terdapat beberapa faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi tersebut. Faktor pendukung antara lain kualitas Produk buku yang baik, adanya kerja sama dengan penulis yang memiliki kompetensi di bidangnya, serta pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan promosi dan pemasaran. Namun demikian, perusahaan juga menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan jangkauan distribusi di beberapa wilayah serta tingkat minat baca masyarakat yang masih relatif rendah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan maupun pihak terkait.

1. Perusahaan diharapkan dapat terus meningkatkan pemanfaatan pemasaran digital dengan mengoptimalkan berbagai platform media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi dan penjualan buku. Dengan strategi promosi yang lebih kreatif dan menarik, diharapkan produk buku yang dipasarkan dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Perusahaan disarankan untuk memperluas jaringan distribusi pemasaran buku agar produk yang diterbitkan dapat menjangkau wilayah yang lebih luas. Kerja sama dengan distributor, toko buku, maupun institusi pendidikan dapat menjadi salah satu alternatif dalam memperluas jangkauan pemasaran.

3. Perusahaan perlu mempertahankan serta terus meningkatkan kualitas buku yang diterbitkan, baik dari segi isi maupun kualitas fisik buku. Hal tersebut penting untuk menjaga kepercayaan konsumen serta meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berkaitan dengan strategi pemasaran, seperti kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, maupun efektivitas pemasaran digital, sehingga hasil penelitian yang dilakukan dapat memberikan gambaran yang lebih dan lebih mendalam mengenai upaya peningkatan penjualan buku.