

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemenuhan target pemasaran produk oleh *sales distributor* di Kabupaten Gorontalo pada hasil analisis dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa keberhasilan *sales distributor* dalam pemenuhan target, tidak terlepas dari upaya-upaya *sales distributor* seperti 1) skill dan kemampuan, 2) kecakapan dalam menawarkan produk, 3) indikator penunjang lainnya adalah penampilan dan perilaku.
2. Dari keseluruhan aktifitas pemenuhan target penjualan yang dilakukan oleh *sales distributor* yang berhubungan langsung dengan masyarakat yakni mereka berupaya memenuhi kebutuhan perusahaan, keluarga dan juga masyarakat dalam hal ini ekonomi dengan cara-cara sosial dan jika diklasifikasikan Tindakan sosial *sales distributor* meliputi keseluruhan tindakan sosial yakni tindakan sosial rasional instrumental, tindakan sosial rasional nilai, tindakan afektif dan tindakan sosial tradisional. Hal ini dibuktikan dengan bentuk tindakan berupa penggunaan katalog dalam melakukan penawaran produk, berpenampilan menarik dan beretika dalam melakukan pemasaran, kemudian tindakan berdasarkan dorongan dari tanggung jawab sebagai kepala keluarga berusaha untuk memenuhi

kebutuhan hidup keluarga, sebagai kepala keluarga dan harus menafkahi keluarganya.

3. Dapat disimpulkan bahwa pemenuhan target pemasaran produk oleh *sales distributor* mencakupi keseluruhan tindakan sosial. Hal ini dibuktikan dengan kondisi dilapangan bahwa keseluruhan tindakan sosial saling memiliki keterkaitan untuk mencapai pemenuhan target pemasaran produk oleh *sales distributor*.

## 5.2 Saran

berikut adalah beberapa saran yang akan peneliti kemukakan sehubungan dengan hasil penelitian:

### 1. Bagi *sales distributor*

Sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian ini, maka penulis akan memberikan saran kepada *sales distributor* agar sebaiknya melakukan evaluasi kerja dalam kurun waktu tertentu untuk mengetahui perkembangan dari segi permintaan pasar sehingga dapat membuat rencana atau menentukan strategi baru agar mampu menunjang peningkatan penjualan.

### 2. Bagi masyarakat

Bagi masyarakat khususnya konsumen sebaiknya selalu melakukan pengecekan harga pasar agar bisa membandingkan harga jual, harus lebih jeli dalam melakukan pembelian agar tidak mengalami kerugian.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008)
- Bahri, 2005. *Strategi Pemasaran Produk dan Jasa*. Penerbit Prehanlindo, Jakarta.
- Buchari, 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Craven, D,W. 2003. *Pemasaran Strategis*. Edisi keempat, jilid 1 dan 2. Terjemahan, Salim L. Jakarta :Penerbit Erlangga
- Fandy Tjiptono 2001, *Strategi Pamasaran Edisi Ketiga Cetakan Pertama* . (Yogyakarta: Andi Offset.
- George Ritzer.*Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda*.(Jakarta PT Rajawali Press.2001),126.
- I.B wirawan. *Teori-teori sosial dalam tiga paradigma*. (Jakarta, Kencana Prenadamedia Grup)
- Joko Subagyo. 2011. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Hlml 87.
- M. Fuad, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006).
- Piotr Sztompka, *Sosiologi Perubahan Sosial*, (Jakarta: Prenada, 2008), hal. 275
- Prof. dr. damsar 2009, *pengantar sosiologi ekonomi*, (kencana prenada media group)
- Pusat Bahasa Departement Pendidikan Nasional 2005, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.

Rambat Lupiyoadi, A.Hamdani 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.

Rudito Dan Famiola. 2013. *Social Mapping-Metode Pemetaan Social: Teknik Memahami Suatu Masyarakat Atau Komuniti*. Bandung: Rekayasa Sains. Hal 130-131

Salvatore, dominik. 2005, *ekonomi manajerial dalam perekonomian global*, (salemba empat, Jakarta)

Sustina 2003, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

#### **JURNAL/SKRIPSI**

Eko Murdiyanto 2012 *Pengaruh Penetapan Harga, Biaya Saluran Distribusi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada Honda Vario Cm Jaya Motor*, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hendry hartono dkk 2012, *pengaruh strategi pemasaran*, Binus Business Review vol.3

Ketut Gede Mudiarta 2011, *Perspektif Dan Peran Sosiologi Ekonomi Dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat*, Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian Jl. Tentara Pelajar No. 10 Bogor 16114

Khalid Iskandar, Wilan Andriyani 2014, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Batubara Pada PT. Cahaya Mantingan Nusantara Jakarta*, jurnal ekonomi kuantitatif terapan volume no 1.

Muhammad Zul Fahmi 2016, *Sales Promotion Girl (SPG) Studi tentang stigmatisasi dan makna terhadap pekerjaan sales promotion girl rokok di Surabaya*, Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas airlangga Surabaya