

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Dari Karya Ilmiah yang telah penulis paparkan, maka diketahui bahwa Kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), Ancaman (*Threats*):
 - a) Kekuatan dari produk CitraGran Cibubur adalah rumah minimalis yang modern dengan fasilitas yang memadai dan lokasi yang strategis.
 - b) Kelemahan pada harga produk CitraGran Cibubur yang hanya bisa dijamah oleh masyarakat menengah ke atas.
 - c) Peluang yang dimiliki CitraGran Cibubur adalah dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi di Jakarta yang juga turut meningkatkan permintaan *property*.
 - d) Ancaman pada CitraGran Cibubur adalah banyaknya perusahaan global yang sama menggarap pasar *property* di Indonesia sehingga menimbulkan kompetisi yang sangat ketat.
2. Strategi pemasaran CitraGran Cibubur adalah *personal selling*, yaitu dengan cara menghubungi atau mendatangi langsung konsumen potensial dengan profesi pengusaha yang berpendapatan 20 juta perbulan di wilayah Jabodetabek yang merupakan target pasar CitraGran Cibubur

B. Saran

Saran penulis untuk perusahaan :

1. Memberikan harga yang variatif pada produk *property* agar bisa dijangkau oleh masyarakat menengah kebawah.
2. Lebih meningkatkan promosi pada media yang dimiliki semua golongan seperti televisi untuk mempromosikan produk.
3. Meningkatkan program *training* dan *development* agar SDM-nya semakin kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk yang sesuai dengan selera konsumen dan tren pasar.