

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan di Perusahaan Konveksi UD. Larasari Tulungagung, sudah berjalan cukup sukses, hal ini dapat dilihat dari cara perusahaan dalam menjalankan usahanya, yaitu:

1. Perusahaan yang menerapkan strategi pemasaran menggunakan 4P, antara lain, Product dalam hal produk UD. Larasati selalu menjaga kualitas produk, dan memberikan pelayanan saat menjual produk maupun setelah membeli produk. Perusahaan selalu memberikan model-model terbaru; Price penetapan harga pada konveksi UD. Larasati terbentuk dari jumlah biaya ditambah dengan persentase laba atau keuntungan (*margin*) yang diinginkan perusahaan. Harga yang ditawarkan UD. Larasati mulai dari harga rendah hingga tinggi sesuai dengan permintaan konsumen. Promotion dilakukan dengan cara Word of Mouth (WoM) atau mengkomunikasikan promosi dari mulut ke mulut. Place perusahaan memiliki dua cara saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung.
2. Kendala-kendala yang dihadapi konveksi UD. Larasati mengatasi persaingan yaitu, product kendala kekurangan ide. Price kendala ketidakstabilan bahan baku. Promotion kendalanya biaya yang besar

dikeluarkan untuk iklan menjadikan penghambat perusahaan konveksi UD. Larasati dalam memasarkan produknya. Place kendala kesulitan dalam mencari pemasok bahan baku kain.

3. Solusi dalam strategi pemasaran pada konveksi UD. Larasati yaitu, Product dengan berusaha untuk menemukan dan membangun sesuatu citra unik dari produk UD. Larasati. Price yaitu menggunakan bahan baku pengganti sesuai dengan target harga jual dengan tetap menjaga kualitas. Promotion solusi mengganti cara promosi tersebut menggunakan media sosial whatsapp. Place dalam mencari pemasok sebenarnya tidak sulit karena teknologi semakin canggih maka dapat dicari pada media-media online.

Strategi yang dilakukan UD. Larasati dalam menghadapi persaingan yaitu melakukan pengembangan produk. Pengembangan produk merupakan kegiatan membuat produk baru atau produk lama dilakukan inovasi dengan melihat tren pada saat itu. Dalam dunia bisnis pada saat ini, perusahaan-perusahaan sudah sangat sadar betapa pentingnya pengembangan produk. Pengembangan produk dilakukan untuk mengatasi kebosanan konsumen terhadap produk yang kita produksi.

B. Saran-saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan diatas, perlu kiranya penulis memberikan sumbangan pemikiran berupa saran-saran bagi semua pihak, diantaranya:

1. Promosi perlu ditingkatkan lagi dengan jalan mengiklankan produk di media sosial maupun media yang lainnya dan memperkuat jaringan bisnis.
2. UD. Larasati juga harus mempunyai ide desain atau model baru tanpa harus menunggu model tren yang sudah berjalan dipasaran, ini dimaksudkan agar konveksi UD. Larasati tidak kalah saing dalam pemasaran.
3. Pihak pengusaha sebaiknya terus melakukan perbaikan pelayanan walaupun sebenarnya sudah bagus agar mampu menghadapi kompetitor.