BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah diuraikan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengrajin bantal karakter dan souvenir "Galeri Aska Tulungagung" dalam meningkatkan penjualannya, antara lain:
   a. Strategi produk: menjaga kualitas produk dengan cara pemilihan bahan baku yang berkualitas, mematenkan merk "Galeri Aska" pada setiap produknya, pengecekan barang sebelum dikemas dan dikirim.
   b. Strategi harga: harga sesuai kualitas produk, harga tergantung besar kecilnya karakter dan desain produk, sedikitnya atau banyaknya pesanan. Untuk *reseller* dan *grosir* mendapatkan potongan harga sebesar 5-10% per pcs nya
   c. Strategi distribusi: secara langsung yaitu dengan datang ke toko atau langsung diantar oleh pemilik merk "Galeri Aska Tulungagung" dan distribusi secara tidak langsung yaitu melalui jasa pengiriman yaitu kantor pos dan grab, bekerja sama dengan UMKM Tulungagung, Transmart Kediri, Transmart Surabaya. Mengikuti pelatihan dan pameran-pameran. "Galeri Aska Tulungagung" juga memiliki *Reseller* untuk dijual kembali

d. Strategi promosi: yaitu periklanan (*advertising)* dengan melakukan promosi di meda sosial, radio dan surat kabar. Melalui *Personal selling* dengan menggandeng lembaga-lembaga, mengikuti pameran dan menambah reseller, promosi penjualan (*sales promotion)* dengan mengadakan *discount* khusus. Mempublikasikan kepada masyarakat melalui media cetak maupun *online*, dan informasi dari pelanggan untuk konsumen baru tentang kualitas dari "Galeri Aska Tulungagung"

2. Kendala dan solusi strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada "Galeri Aska Tulungagung"
   a. Kendala strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada "Galeri Aska Tulungagung"
      1) Produk: Terdapat produk cacat, karyawan baru yang harus menyesuaikan dengan permintaan konsumen, alat-alat produksi macet atau rusak, kurangnya stok untuk barang bagus yang banyak diminati pelanggan.
      2) Harga: banyaknya permintaan yang sesuai dengan trend sekarang tetapi meminta harga yang relative murah
      3) Saluran Distribusi: permintaan produksi ecer
      4) Promosi : Permintaan pelanggan untuk mempromosikan di Whatsapp dan Facebook

b. Solusi strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada "Galeri Aska Tulungagung"

1) Produk: Mengevaluasi karyawan setiap hari, pengecekan produk dilakukan secara detail sebelum diberikan kepada konsumen
2) Harga: memberikan harga sesuai tingkat kerumitan produksi, besar kecilnya produk
3) Saluran Distribusi: menyarankan pembeli ecer untuk membeli pada Mitra "Galeri Aska Tulungagung" dan perusahaan-perusahaan yang sudah bekerja sama dengan "Galeri Aska Tulungagung"
4) Promosi: menyimpan nomor konsumen agar produknya dapat dilihat di story whatsapp konsumen

B. SARAN

1. Bagi "Galeri Aska Tulungagung" untuk lebih meningkatkan strategi promosi melalui *facebook* dan menambah produk-produk baru yang dijual ecer. Agar promosi bisa lebih luas dan masyarakat yang membutuhkan produk secara bijian bisa cepat diproses.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat meneliti mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan dengan menggunakan metode lain agar menyempurnakan penelitian ini.