

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan judul strategi pemasaran pada usaha kecil menengah Kerajinan Kulit Amanda dalam meningkatkan daya saing dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kerajinan Kulit Amanda dalam meningkatkan daya saing adalah dengan menggunakan strategi segmentasi pasar yaitu dengan melayani semua pembelian dan juga pesanan dari berbagai daerah. Pada target pasar Kerajinan Kulit Amanda disasarkan ke semua kalangan yaitu kalangan menengah, kalangan menengah ke atas dan juga kalangan menengah kebawah, dengan memberikan harga sesuai produk permintaan pembeli dan juga selalu menjaga kualitas barang. Dalam hal posisi pasar Kerajinan Kulit Amanda merupakan solusi yang tepat bagi konsumen yang menginginkan berbagai jenis produk kulit yang bagus dan berkualitas. Pada bauran pemasaran yang meliputi produk (*product*), strategi yang diterapkan dalam produk, yaitu kualitas produk yang baik, *branding* dan juga inovasi pada produk, pada harga (*price*), strategi harga yang dilakukan, yaitu dengan menyesuaikan harga dari harga bahan baku dan menyesuaikan dengan harga produk kulit yang ada di pasaran, dan juga memberikan diskon dalam jumlah pemesanan ataupun pembelian banyak. Dalam distribusi (*place*), strategi distribusi yang

diterapkan, yaitu dengan saluran distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Sedangkan dalam hal promosi (*promotion*), strategi promosi yang dilakukan, yaitu melalui pelanggan yang langsung datang ke toko, dari mulut ke mulut dan juga pemasarannya menggunakan kecanggihan teknologi yang ada, menggunakan web site dan juga menggunakan media sosial.

2. Terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi berjalannya strategi pemasaran Kerajinan Kulit Amanda. Beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi strategi pemasaran Kerajinan Kulit Amanda adalah Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Tulungagung yang menyumbangkan mesin produksi, media sosial seperti web site, google map, siaran tv, facebook dan pendukung lainnya lokasi toko yang strategis. Penghambat yang mempengaruhi strategi pemasaran Kerajinan Kulit Amanda adalah ketidak pastian ketersediaan bahan baku, meningkatnya pesaing, keterlambatan dalam pengiriman barang pesanan, SDM (Sumber Daya Manusia), modal dan pemasaran.
3. Solusi Kerajinan Kulit Amanda dalam menghadapi setiap hambatan yang ada dalam menjalankan strategi pemasaran Kerajinan Kulit Amanda adalah dengan menyediakan kulit cadangan untuk jaga – jaga jika sewaktu waktu kulit sapi, domba, dan kambing sulit didapatkan, untuk menghadapi para pesaing Kerajinan Kulit Amanda selalu berusaha menjadikan Kerajinan Kulit Amanda menjadi nomor satu dimata pelanggan dalam hal produk dan juga pelayanan, solusi jika adanya masalah dengan pengiriman

maka Kerajinan Kulit Amanda melakukan pengiriman terlebih dahulu sebelum tanggal pemesanan sesuai estimasi sampai kepada konsumen, solusi dalam hal SDM (Sumber Daya Manusia) Kerajinan Kulit Amanda mengajari dulu para karyawannya sampai dirasa mampu memproduksi kulit, kalau solusi dalam hal modal usaha Kerajinan Kulit Amanda ini mengandalkan kredit usaha dari lembaga keuangan dan solusi dalam hal pemasaran terus mencari peluang – peluang yang ada di pasaran lewat sesama pengusaha, teman ataupun konsumen, selalu update dengan minat konsumen, terus meningkatkan frekuensi promosi produk – produk yang diproduksi dan juga memberikan diskon untuk menarik minat konsumen.

B. Saran – Saran

1. Bagi Akademik

Semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan pengembangan ilmu bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada.

2. Bagi Pihak Perusahaan

Diharapkan pengusaha Kerajinan Kulit Amanda menjaga kualitas produk yang ada agar selalu menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan dapat terjaga dan berkelanjutan. Selain hal tersebut lebih meningkatkan strategi promosi mungkin dengan menggunakan media cetak dan juga berbagai macam media sosial agar produk Kerajinan Kulit Amanda dapat dikenal masyarakat luas. Inovasi dari produk juga perlu diperhatikan karena di era

sekarang banyaknya jumlah industri kerajinan kulit yang lain membuat tingkat persaingan semakin tinggi. Harus bisa menambah pelanggan dan juga mempertahankan pelanggan ada.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti dan agar dapat dikembangkan lagi.