

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Industri Batik Warlami Karang Trenggalek untuk meningkatkan daya saing dengan industri batik lainnya dengan mengarahkan pada indikator daya saing yang meliputi Biaya yaitu biaya produksi, produktivitas tenaga kerja, dan menjaga ketersediaan produk, sedangkan kualitas yaitu kualitas pada tampilan produk, daya tahan produk, dan kesesuaian produk, dan yang terakhir waktu yaitu ketepatan waktu produksinya.

2. Bauran pemasaran yang diterapkan oleh industri Gotin Batik Warlami Karang Trenggalek

Strategi yang diterapkan oleh Industri Gotin Batik Warlami yaitu dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) antara lain: a). *Product* (produk), strategi yang diterapkan dengan 1) . memberikan merek dagang (*brand*), adanya kreatifitas yang dibuat perusahaan menjadikan ciri khas dari produk yang dimilikinya, sehingga memudahkan konsumen untuk mudah mencari dan menghafal produk tersebut. 2). Kemasan produk, hal ini akan membuat produk terlihat lebih rapi dan menarik, serta dapat menghindari produk dari kerusakan dan kekotoran, selain itu akan menambah nilai dari produk. 3. Kualitas produk, dengan terus berinovasi mengembangkan motif baru. b). *Price* (harga) harga ditentukan oleh

bahan baku dan biaya produksi (jenis batik yang disesuaikan dengan tingkat kerumitan, pewarnaan dengan warna kombinasi). c). *Promotion* (promosi) dilakukan dari mulut ke mulut (*personal selling*), mengikuti pameran, penggunaan jasa sosial media dan peran pemerintah dengan mewajibkan seluruh pegawai negeri sipilnya untuk memakai batik khas Trenggalek pada hari-hari tertentu. d). *Place* (tempat) mendirikan lokasi produk (galery), serta pendistribusian produk.

3. Kendala yang terjadi dalam bauran pemasaran serta solusi Industri Gotin Batik Warlami

Kendala yang dihadapi yaitu adanya pesaing dengan perusahaan yang menghasilkan produk sejenis, produk pesaing yang lebih kreatif dan inovatif, dan tenaga kerja kurang terampil. Adapun solusi yang dilakukan yaitu mempertahankan kualitas yang sudah ada, mengkreasikan produk dengan warna, desain, dan motif agar tidak kalah dengan pesaing lain, terus mengembangkan desain dan inovasi produk, kemudian terus memberikan pelatihan-pelatihan membatik kepada karyawan, memberi arahan dan dorongan kepada karyawan agar tetap terus berusaha mencoba dengan motif-motif yang baru.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah disajikan, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi akademik

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

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah ditulis peneliti.

3. Bagi pemilik usaha

Diharapkan dapat menjalankan usahanya dengan lebih baik, dan mampu meningkatkan daya saing pada produknya.