

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dari hasil penelitian terhadap strategi pemasaran produk UMKM Atiya Collection Desa Nailan Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo yang telah dipaparkan dalam sebelumnya sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Produk UMKM Atiya Collection Desa Nailan Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo adalah menggunakan strategi pemasaran dengan metode yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), orang (*people*), proses (*process*), bukti fisik (*phisysical evidence*), pengemasan (*packaging*), dan pembayaran (*payment*) atau biasa disebut metode 9P. Dampak yang timbul dari penerapan strategi pemasaran UMKM Atiya Collection yaitu mampu mengetahui dan menganalisa kendala-kendala yang terjadi serta mampu mencari solusi untuk mengatasinya, dan semakin tertatanya tujuan dari proses produksi hingga ke pemasarannya.
2. Kendala yang terdapat di UMKM Atiya Collection yaitu kendala produk seperti kurangnya tenaga ahli yang sudah mengerti dalam pembuatan tas, dan kerumitan dalam membuat motif dan variasi yang menggunakan olahan tangan. Kendala pada tempat yang berada di jalur utama sehingga kendaraanya lajur cepat. Kendala promosi yang masih kurang dalam pembuatan konten di media sosial. Kendala orang yang mana

hanya satu saja karyawannya. Kendala proses dimana proses pembuatannya yang cukup rumit dan sulit. Kendala bukti fisik pada tata letak ruangan masih belum efektif dan maksimal. Kendala pengemasannya dapat diminimalisir, dimana mempunyai strategi sendiri dalam pengemasannya dengan memberikan kantong khusus. Dan kendala pembayaran dimana keterlambatan dalam pengambilan produk yang sudah dipesan.

Solusi dalam menangani kendala-kendala di UMKM Atiya Collection mampu dikendalikan dengan baik setelah mengetahui secara spesifik apa saja kendala pada masing-masing proses, dari proses produksi, harga, promosi, lokasi, orang, proses, bukti fisik, pengemasan dan pembayaran, yaitu pertama dari Solusi produk yang harus dilakukan dengan menambah tenaga kerja ahli atau yang sudah berpengalaman, tentu saja menambah tenaga kerja ahli tidak hanya pada pembuatan produk saja tetapi juga pada desain motif dan variasi. Solusi lokasi yaitu dengan memberikan bener 200 meter sebelum lokasi tujuan. Solusi promosi yaitu dengan memperbanyak konten sehingga dapat menarik minat pelanggan online. Solusi orang dengan menambah karyawan tetap sehingga lebih memudahkan dalam pembuatan produksinya. Solusi dalam strategi proses dengan menambahkan mesin tas secara modern. Solusi dalam strategi bukti fisik yaitu dengan menata kembali ruangan yang ada untuk didesain menjadi lebih rapi dan tertata. Dan solusi dalam

strategi pembayaran dengan memberikan informasi sebelum waktu yang sudah disepakati

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang ada, maka saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Bagi Lembaga

Bagi UMKM Atiya Collection mampu terus meningkatkan strategi pemasaran terutama pada strategi promosi untuk dapat melakukan memperbanyak konten di media sosial seperti WA bisnis, Instagram dll sehingga dapat menarik minat pelanggan online.

2. Bagi peneliti selanjutnya.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan tema penelitian mengenai strategi pemasaran produk, sehingga aspek kecakapan bahasa yang belum terfasilitasi pengukurannya dapat peneliti agar dapat lebih baik lagi kedepannya.