# BAB VI

# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka dapat di ambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis pada UD. Plastik Brontoseno adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha UD. Plastik Brontoseno untuk menghadapi persaingan antar pengusaha meliputi: persaingan tempat, persaingan harga, persaingan produk, persaingan pelayanan, dan persaingan bisnis yang sehat. Persaingan tempat dilakukan untuk menarik pembeli yang datang dan sebagai tempat transaksi dan tawar-menawar antara pembeli dan penjual. Lokasi yang digunakan pada UD. Plastik Brontoseno sangat luas karena di desain untuk menampung produk plastik dalam etalase maka pembeli bisa memilih plastik yang dibutuhkan dan juga tempat parkir yang luas sehingga mobil, truk kecil bisa memarkir disitu. Persaingan harga dilakukan untuk menjaga nilai harga yang ditentukan. Nilai harga tidak boleh terlalu jauh dari pasaran yang sudah ditentukan, harga di UD. Plastik Brontoseno tetap menjaga kualitas produk semisal harga 1 wadah kantong plastik seharga Rp. 6.000 di pasaran maka disana memakai harga Rp.5.500. Persaingan produk meliputi persaingan kualitas produk dan kuantitas produk yang ditawarkan oleh UD. Plastik Brontoseno. Dan karena

membuat produk plastik sendiri justru kualitas produk yang di produksi menjadi lebih baik. Persaingan pelayanan merupakan persaingan yang menjadi nilai tambah untuk mempertahankan loyalitas para pelanggan dan pembeli. Karena karyawan disana ramah mengutamakan kenyamanan pembeli, maka tetap memberikan pelayanan baik selagi pembeli tidak melakukan keburukan yang fatal. Persaingan yang sehat meliputi persaingan yang kompetitif tanpa ada perseteruan dan saling menjatuhkan, membangun sebuah relasi antar usaha dan menjaga hubungan itu tetap baik maka akan saling membantu, memberi solusi dan berbagai pengalaman agar usaha yang dijalankan akan menjadi lebih baik kedepannya.

2. Efektifitas strategi pemasaran pada UD. Plastik Brontoseno dalam menghadapi persaingan bisnis adalah dengan cara *personal selling* atau disebut dengan penjualan produk secara pribadi yang dilakukan oleh karyawan sampai dengan pemilik UD. Plastik Brontoseno. penjualan pribadi ini dilakukan secara langsung dengan pembeli maupun pelanggan agar informasi yang diberikan jelas, terpecaya, dan pembeli semakin tertarik membeli produk plastik. personal selling termasuk promosi yang unik yang dilakukan secara tradisional akan tetapi dengan menggunakan personal selling maka lebih cepat mendapatkan pembeli yang loyal dengan penjualnya. Selanjutnya adalah persaingan harga termasuk

efektivitas strategi pemasaran yang dilakukan pada UD. Plastik Brontoseno karena dengan persaingan harga yang terjangkau dan standart sesuai dengan produk yang dijual maka pembeli maupun pelanggan semakin membeli banyak produk plastik tanpa memikirkan berapa uang yang akan dikeluarkan. selanjutnya adalah pelayanan yang tentunya sebagai contoh dan pentingnya memperlakukan pembeli dengan baik. dengan tata cara, bahasa yang baik maka pembeli merasa percaya dan nyaman dan akhirnya membeli produk tersebut. pelayanan yang baik akan membawa nama baik usaha dan membuat pembeli semakin loyalitas dalam membeli produk.

3. Kendala dan solusi strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis pada UD. Plastik Brontoseno yang dihadapi adalah kurangnya pemanfaatan media sosia dalam strategi pemasaran produk plastik secara online walaupun strategi pemasaran yang dilakukan adalah secara mulut ke mulut dan pembeli langsung datang ke toko. Akan tetapi strategi pemasaran yang di memafaatkan media online akan tersebar secara merata dan dapat meningkatkan penjualan produk secara online. Karena pengusaha dan karyawan UD. Plastik Brontoseno berfokus pada jual beli produk secara langsung maka untuk pemanfaatan sosial media jarang digunakan dan tidak admin yang bertanggung jawab untuk itu. Solusi yang tepat dalam hal tersebut adalah merekrut

karyawan sebagai admin dalam memanfaatkan sosial media agar produk plastik yang dipasarkan merata secara sedikit demi sedikit dan menambah pembeli

## B. Saran

Sebelum penulis akhiri, penulis ingin menyampaikan beberapa hal sebagai saran yang tentunya berhubungan dengan permasalahan yang menjadi pembahasan ini, yaitu:

1. Diharapkan kepada pengusaha UD. Plastik Brontoseno untuk menjaga serta meningktakan kualitas dan kuantitas produk yang diperjual belikan agar selalu terjaga kepercayaa dan loyalitas pelanggan dapat terjaga dan berkelanjutan. Sehingga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat yang bergerak dalam perdagangan plastik di wilayah nganjuk dan sekitarnya.
2. Dapat menumbuhkan relasi dalam bersaing yang sehat dengan kompetitif tanpa saling menjatuhkan antar usaha yang disekitar.
3. Memanfaatkan media sosial yang ada guna untuk meningkatkan pemasaran dan peningkatan penjualan produk agar menambah pembeli yang datang maupun memesan secara online.