

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari penelitian diatas maka dapat diambil kesimpulan :

1. Faktor yang menjadi keputusan pemilihan lokasi usaha CV. Saha Perkasa Gajah Mada yaitu : akses, faktor lingkungan, dan faktor tenaga kerja. Faktor-faktor tersebut sangat mendukung dalam peningkatan penjualan
2. Kegiatan promosi yang dilakukan CV. Saha Perkasa Gajah Mada yaitu periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, dan publisitas.
  - a. Periklanan : menggunakan *banner* atau spanduk pada saat pameran.
  - b. Promosi penjualan (*sales promotion*) : memberikan potongan harga kepada konsumen jika melakukan pembelian.
  - c. Penjualan tatap muka (*personal selling*) : memiliki tenaga *marketing* untuk memasarkan produk perusahaan yang langsung bertatap muka dengan konsumen serta melayani pemesanan seragam batik baik instansi pemerintah maupun swasta.
  - d. Publisitas (*publicity*) : mengikuti pameran yang diselenggarakan di Tulungagung maupun di luar kota untuk lebih memperkenalkan produk-produk kepada konsumen.
3. Pemilihan merek (*brand*) Gajah Mada diperoleh dari nama jalan lokasi usaha dengan tujuan agar mudah di ingat oleh masyarakat. Untuk mempertahankan merek agar selalu di benak masyarakat dalam memilih motif dan jenis batik, maka perusahaan terus berusaha mempertahankan

kualitas produk dengan cara memilih bahan baku yang berkualitas agar konsumen selalu puas dengan produk yang dihasilkan perusahaan dan konsumen melakukan pembelian secara berkelanjutan agar penjualan perusahaan terus meningkat.

## **B. Saran**

### 1. Bagi perusahaan

- a. Disarankan agar perusahaan untuk mempertimbangkan dengan baik faktor-faktor dalam pemilihan lokasi usaha seperti akses, lingkungan, tenaga kerja. Selain, itu, juga mempertimbangkan strategi yang digunakan lebih matang, sehingga tidak terjadinya kebangkrutan dan gagal dalam usaha.
- b. Disarankan agar perusahaan semakin sering melakukan kegiatan atau kebijakan promosi agar dapat lebih mudah diketahui oleh masyarakat sehingga penjualan di CV. Saha Perkasa Batik Gajah Mada juga semakin meningkat.
- c. Disarankan kepada perusahaan agar terus mengembangkan merek dan mempertahankan kualitas dari produk agar batik Gajah Mada menjadi pusat berbelanja batik.

### 2. Bagi akademis

Saran bagi akademis agar menyediakan buku, artikel, maupun jurnal yang lebih lengkap untuk kebutuhan referensi mahasiswa jurusan ekonomi syariah untuk mempermudah mengerjakan skripsi.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini membahas mengenai faktor-faktor pemilihan lokasi usaha, kebijakan promosi, serta strategi pemilihan dan pengembangan merek (*brand*) dalam meningkatkan volume penjualan, diharapkan penelitian lain dapat untuk meneliti secara luas dan mendalam pembahasannya dengan mengadakan wawancara yang lebih luas guna mendapatkan hasil yang lebih maksimal.