

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Strategi menyeluruh UD. Wardana dalam menjalankan visi misinya adalah strategi meningkatkan mutu kualitas produk, strategi meningkatkan pelayanan pada konsumen, dan strategi mempertahankan eksistensi perusahaan.
2. Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan, UD. Wardana Kota Mojokerto menggunakan variable-variable bauran pemasaran, yang terdiri dari empat komponen, yaitu produk, harga, saluran distribusi, dan promosi. Pertama, UD. Wardana Kota Mojokerto membuat produk yang bervariasi, bermanfaat, dan berkualitas baik bagi konsumen. Kedua, UD. Wardana menetapkan harga berdasarkan tingkat kesulitan dan nilai estetikanya. Ketiga, UD. Wardana menggunakan strategi promosi melalui media social seperti *facebook*, mengikuti *workshop* dan pameran atau bazar, serta promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan secara berkelanjutan. Keempat, UD. Wardana melakukan distribusi secara langsung kepada pelanggan. Strategi pemasaran tersebut dapat meningkatkan volume penjualan. tahun 2016-2017 meningkat sepatu 26%, baju dan celana 21.5%, dan

topi 46.5%. Sedangkan pada tahun 2017-2018, mengalami peningkatan sebesar 3.1% sepatu, 24.7% baju dan celana, dan 47.6% topi. Sedangkan penjualan ekspor pada 2016-2017 mengalami peningkatan volume yang cukup signifikan pada produk sepatu 25%, baju dan celana 33.3%, dan topi 50%. Sedangkan di tahun 2017-2018 mengalami peningkatan sebanyak sepatu 26.6%, baju dan celana 41.6%, dan topi 55.5%

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran-saran, sebagai berikut:

1. Bagi UD. Wardana Kota Mojokerto, hendaknya membuat pembukuan secara sistematis dan berkala agar dapat mengetahui perkembangan usaha baik ketika mengalami peningkatan maupun penurunan penjualan produk, serta penghasilan yang didapat lebih mengefektifkan penerapan strategi pemasaran di semua komponen bauran pemasaran, yaitu pada produk yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan. UD. Wardana sebaiknya mempelajari teknologi masa kini yang dapat difungsikan sebagai bentuk promosi di media sosial seperti instagram dan *website*, agar keberadaan perusahaan dan jumlah konsumen semakin meningkat.
2. Bagi Pemerintah, sebaiknya pemerintah selalu mendukung baik dalam bentuk kontribusi tempat promosi maupun dalam bentuk *financial* atau modal agar pengrajin sepatu seperti UD. Wardana dapat

berkembang pesat dan stabil dalam meningkatkan volume penjualan baik di wilayah Kota Mojokerto, nasional, maupun internasional.

3. Bagi instisusi pendidikan, seyogyanya turut mengadakan kunjungan-kunjungan ke industry local seperti UD. Wardana atau industry sepatu lainnya yang ada di wilayah Kota Mojokerto. Dengan demikian, diharapkan siswa maupun mahasiswa akan lebih mengenal budayanya dna lebih menghargai produk local yang ada di sekitarnya.