

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas yang telah peneliti dapatkan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Griya Batik Sri Rahayu merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *fashion* batik dengan konsep ramah lingkungan yang sedang berkembang di Kabupaten Nganjuk. Strategi pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan untuk keberlangsungan guna mencapai tujuan perusahaan. Dengan adanya strategi pemasaran yang tepat dapat membantu perusahaan dalam menjual produknya sehingga dapat berdampak pada meningkatnya volume penjualan. Griya Batik Sri Rahayu menerapkan strategi *new wave marketing* dalam kegiatan pemasarannya. Strategi *new wave marketing* mengedepankan hubungan baik dengan konsumen, memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, mendengarkan konsumen sehingga konsumen dapat percaya kepada Griya Batik Sri Rahayu. Strategi *new wave marketing* yang diterapkan di Griya Batik Sri Rahayu meliputi *New Wave Strategy* yaitu *communitization, confirmation, clarification*. Selanjutnya *New Wave Tactic* yaitu *codification, co-creation, currency, communal activation, conversation, commercialization*. Selanjutnya *New Wave Value* yaitu *character, care, collaboration*. Semua indikator *new wave marketing* tersebut telah diterapkan dengan baik oleh Griya Batik Sri Rahayu.
2. Adanya strategi *new wave marketing* yang telah diterapkan Griya Batik Sri Rahayu dengan baik dapat berperan dalam meningkatkan volume penjualan.

Penerapan strategi *new wave marketing* dapat meningkatkan kreativitas, inovasi dan relasi dengan konsumen, sehingga dengan menjamin kualitas dari produk Griya Batik Sri Rahayu serta hubungan baik dengan konsumen secara signifikan akan meningkatkan volume penjualan. Dengan menerapkan strategi *new wave marketing* dengan baik maka dengan sendirinya faktor-faktor yang mempengaruhi meningkatnya volume penjualan juga terpenuhi dengan sendirinya. Dari pemaparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Griya Batik Sri Rahayu mampu menerapkan 12 elemen yang ada pada *new wave marketing* dengan baik sehingga hasil observasi menunjukkan bahwa volume penjualan produk *ecoprint* di Griya Batik Sri Rahayu mengalami peningkatan secara signifikan dari tahun ke tahun.

B. Saran

Setelah mengamati dan menganalisis data yang diperoleh penulis serta dari hasil kesimpulan di atas, maka penulis menyampaikan saran dalam penelitian ini antaranya:

1. Bagi Akademik

Saran bagi akademika IAIN Kediri agar dapat memberikan sumber referensi atau buku-buku yang berhubungan dengan pemasaran yang terbaru guna terwujudnya tujuan pendidikan yang menghasilkan karya-karya akademik yang bermanfaat bagi peningkatan pendidikan di masyarakat.

2. Bagi Griya Batik Sri Rahayu

Bagi pemilik Griya Batik Sri Rahayu diharapkan dapat mempertahankan penerapan strategi *new wave marketing* yang sudah baik. Selain itu

sebaiknya lebih memperhatikan lagi fungsi-fungsi pengorganisasian sehingga dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan tugas masing-masing.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti variable serupa diharapkan lebih memfokuskan apa yang diteliti dengan memperbanyak literature studi, mengembangkan subjek dan objek penelitian dengan baik dan meningkatkan ketelitian agar hasil penelitian lebih baik dari peneliti sebelumnya.