

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilaksanakan oleh peneliti, maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Pemasaran yang Digunakan Tenun Ikat Mitra

Strategi pemasaran yang digunakan Tenun Ikat Mitra dalam hal strategi produk dalam menarik minat beli konsumen. Tenun Ikat Mitra menawarkan produk dengan kualitas unggul menggunakan bahan katun platinum yang halus dan tidak mudah kusut selain itu, selalu berinovasi terhadap motif dan warna yang sedang tren pasar. Strategi harga yang diterapkan Tenun Ikat Mitra disesuaikan dengan kualitas produk. Meskipun harga yang ditawarkan relative lebih tinggi dibandingkan UMKM sejenis, konsumen tetap tertarik karena kualitas bahan dan inovasi produk yang ditawarkan sebanding dengan harga. Strategi promosi dilakukan secara efektif melalui kombinasi metode online dan offline. Media sosial seperti Instagram, Tiktok, Whatsapp, Web dan Facebook digunakan untuk menjangkau konsumen secara lebih luas. Sementara, promosi offline dilakukan melalui pameran, *word of mouth*, dan *reseller*. Strategi tempat atau *distribusi* meskipun lokasi usaha Tenun Ikat Mitra tidak strategis karena berada di perkampungan dengan gang sempit, hal ini tidak menjadi kendala utama, lokasi tersebut justru memperkuat identitas Bandar Kidul sebagai Kampung Tenun Ikat.

Strategi bauran pemasaran yang berhasil dijalankan dan memiliki kontribusi paling tinggi dalam meningkatkan omzet penjualan Tenun Ikat Mitra adalah strategi produk dan strategi promosi. Strategi produk karena konsumen lebih mementingkan kualitas yang unggul, adanya inovasi produk yang selalu mengikuti tren dan penampilan produk yang menarik. Strategi promosi karena melalui kegiatan promosi yang dilakukan secara online dan offline mampu memperluas jangkauan pasar sehingga lebih banyak konsumen yang mengenal Tenun Ikat Mitra.

2. Peran Strategi Pemasaran Tenun Ikat Mitra Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan

Tenun Ikat Mitra menerapkan strategi untuk meningkatkan omzet penjualan produk dengan menggunakan strategi Bauran Pemasaran. Tenun Ikat Mitra melakukan promosi melalui media sosial dengan membagikan konten berupa foto atau video produk yang dikemas dengan estetik serta memanfaatkan iklan berbayar dan pemberian diskon sehingga dapat menarik dan meningkatkan minat beli konsumen. Strategi pemasaran yang diterapkan berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan omzet penjualan setiap bulannya. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, omzet penjualan Tenun Ikat Mitra selama tahun 2020-2024 menunjukkan tren kenaikan. Peningkatan ini tentunya merupakan hasil dari efektivitas strategi pemasaran yang telah dijalankan oleh Tenun Ikat Mitra.

B. Saran.

Berdasarkan Kesimpulan dari hasil penelitian maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan informasi tentang strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan.

2. Bagi Tenun Ikat Mitra

Peneliti berharap dari hasil penelitian ini. Tenun Ikat Mitra dapat menerapkan strategi pemasaran lebih baik daripada sebelumnya. Tenun Ikat Mitra harus tetap mempertahankan kualitas produk agar konsumen merasa puas dan tidak beralih pada produk pesaing. Serta melakukan pengoptimalan strategi pesaran secara *offline* dan *online* agar dapat memperluas pasar dan menarik minat beli konsumen.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dibidang strategi pemasaran dan dapat menjadi tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggali lebih dalam tentang efektivitas strategi digital marketing seperti penggunaan influencer atau konten video. Tidak hanya pada peran strategi pemasaran melainkan bisa dari faktor motivasi kerja karyawan, kepuasan pembelian, dan loyalitas pelanggan.