

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi Produk Pada CV. Putra Wijaya (Adia Bag) Kediri

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap CV. Putra Wijaya (Adia Bag), dapat disimpulkan bahwa strategi produk dan strategi promosi yang diterapkan perusahaan telah berjalan dengan efektif dan memberi pengaruh nyata terhadap peningkatan penjualan. Strategi produk yang dilakukan Adia Bag mencakup aspek kualitas, fitur, serta desain yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan fungsional dan estetika konsumen. Produk-produk Adia Bag memiliki ciri khas berupa kombinasi kulit asli dengan kain tenun khas Kediri, yang tidak hanya memperkuat identitas lokal tetapi juga memberikan nilai eksklusivitas pada setiap produk. Hal ini sesuai dengan prinsip dalam teori pemasaran, di mana desain, kualitas, dan keunikan produk menjadi kunci dalam membangun citra dan nilai di mata konsumen.

2. Strategi Promosi Pada CV. Putra Wijaya (Adia Bag) Kediri

Strategi promosi yang diterapkan juga berperan besar dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Adia Bag memanfaatkan berbagai saluran promosi, baik secara online maupun offline. Promosi online dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Shopee, dan WhatsApp Business, sedangkan promosi offline dijalankan melalui pameran, kerja sama dengan instansi, serta penjualan langsung melalui galeri. Promosi yang bersifat aktif dan konsisten ini berhasil memperkenalkan produk kepada

konsumen yang lebih luas, termasuk konsumen luar daerah dan luar negeri. Dengan strategi yang terencana dan terpadu antara produk dan promosi, CV. Putra Wijaya mampu menunjukkan pertumbuhan penjualan yang signifikan, meskipun sempat mengalami penurunan di masa pandemi. Keberhasilan tersebut membuktikan bahwa kombinasi strategi produk yang kuat dan promosi yang tepat dapat menjadi pendorong utama dalam meningkatkan kinerja penjualan.

3. Strategi Produk dan Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Pada CV. Putra Wijaya (Adia Bag) Kediri

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi produk dan promosi yang diterapkan CV. Putra Wijaya (Adia Bag) terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan. Strategi produk dilakukan melalui inovasi desain, penggunaan bahan berkualitas, serta mempertahankan ciri khas etnik modern yang membedakan produknya dari pesaing. Sementara itu, strategi promosi dijalankan secara aktif melalui media sosial, e-commerce, serta partisipasi dalam pameran lokal hingga internasional. Kombinasi antara kualitas produk dan promosi yang konsisten mampu meningkatkan daya tarik konsumen, memperluas pasar, dan membangun loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya omzet pada beberapa tahun tertentu. Strategi ini dapat terus dikembangkan agar penjualan tetap stabil dan berkelanjutan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dari hasil penelitian maka peneliti meberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi CV. Putra Wijaya (Adia Bag) Kediri

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV. Putra Wijaya (Adia Bag) telah memberikan hasil yang baik. Namun masih terdapat peluang untuk pengembangan lebih lanjut melalui optimalisasi dalam bauran pemasaran seperti strategi produk, harga, tempat, dan promosi agar dapat memperluas pasar dan meningkatkan tingkat penjualannya.

2. Bagi Akademik

Peneliti berharap dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan serta menjadi referensi dan sumber mengenai strategi pemasaran khususnya pada strategi bauran pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan studi pada bidang strategi pemasaran. Selain itu dapat menggunakan objek yang belum pernah diteliti sebelumnya serta mempersiapkan proses pengumpulan dan pengambilan data secara lebih sistematis dengan sumber yang valid dan kompeten.