



## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara serta analisa yang sudah dilakukan di UD Darmaji terkait strategi pemasaran maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

#### 1. STP

- a) Segmentasi UD Darmaji terdapat dua variable yakni demografik produk sandal ini disegmentasikan untuk anak-anak hingga orang dewasa baik itu pria ataupun wanita, sementara dan geografi produk sandal UD Darmaji ini disebarakan kewilayah jawa timur dan sekitarnya, bali dan lombok.
- b) Target dari produk sandal UD Darmaji untuk kalangan masyarakat menengah kebawah hal ini dimana berkaitan dengan harga yang ditawarkan kepada calon pembeli relatif murah dan terjangkau
- c) Positioning sendiri UD Darmaji menempatkan dirinya sebagai *follower* dimana masih banyak kekurangan yang dimiliki oleh UD Darmaji. Produk sandal yang di produksi oleh UD Darmaji memiliki banyak variasi warna dan desain gambar namun dari segi bentuk masih meniru bentuk dari *market leader* serta nyaman dipakai untuk harian dengan harga yang terjangkau hal ini yang membuat UD Darmaji mampu bersaing hingga saat ini.

2. Terdapat beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi UD Darmaji ini yang dibagi berdasarkan SWOT :

Internal



- a) *Strengths* (kekuatan)
  - Memiliki SDM yang berpengalaman dibidangnya
  - Harga yang ditawarkan dapat dijangkau
  - Beberapa proses menggunakan mesin
  - produk memiliki banyak varian warna dan motif
  - Lokasi strategis mudah mendapatkan bahan baku
  - Alat dan gedung milik sendiri
- b) *Weakness* (Kelemahan)
  - Manajemen keuangan yang masih bersifat konvensional
  - Brand kurang dikenal oleh banyak masyarakat
  - kurangnya promosi atau periklanan
  - Jumlah SDM yang kurang
  - Kondisi tempat kerja kurang nyaman
  - Packaging kurang menarik
  - Visi dan misi belum ada

### Eksternal

- a) *Opportunities* (Peluang)
  - Bahan baku yang mudah didapat
  - Pemerintah telah menyediakan fasilitas untuk UKM berupa kredit usaha rakyat
  - Memanfaatkan teknologi dengan melakukan penjualan online
  - Pertumbuhan jumlah penduduk
- b) *Thearts* (Ancaman)

- Tingginya daya saing usaha sandal dikawasan wedoro
- Keadaan ekonomi yang tidak stabil yang menyebabkan harga bahan baku juga ikut naik turun atau tidak stabil
- Kondisi wabah VIRUS yang membuat produksi berhenti serta tidak adanya pesanan
- Peraturan pemerintah bisa berubah kapan saja

3. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan QSPM total TAS (*Total Attractiveness Scores*) tertinggi adalah strategi SO2 (Melakukan penjualan secara online baik menggunakan sosial media maupun situs-situs jual beli secara online) mendapatkan nilai TAS (*Total Attractiveness Scores*) 5,614 , lalu disusul oleh strategi WT2 (Meningkatkan kualitas packaging menjadi lebih baik dan lebih menarik ) bernilai sebesar 5,336, lalu posisi tiga strategi WO1 (Menjadikan tempat kerja menjadi lebih nyamann dengan menata ulang pabrik sehingga dapat terlihat lebih rapi dan bersih dan melakukan penerapan 5R) nilai TAS (*Total Attractiveness Scores*) adalah 5,242.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka penulis ingin memberikan saran untuk UD Darmaji yang dimana berupa strategi pemasaran yakni dapat dilihat pada tabel berikut :





**Tabel 5.1 Usulan Strategi**

NO	STRATEGI	SASARAN STRATEGI	Indikator Pencapaian	
1	Melakukan penjualan secara online baik menggunakan sosial media maupun situs-situs jual beli secara online	1 Semakin meningkatnya masyarakat yang mengetahui produk UD Darmaji	1	Jumlah follower Sosmed
			2	Jumlah Like rata-rata perunggahan profil produk
			3	Jumlah pertanyaan terkait produk melalui sosmed
			4	Jumlah repost/share rata-rata perunggahan profil produk
		2 Terlayannya Pelanggan melalui Media Sosial & Situs Jual-Beli Online	5	Jumlah Penjualan yang difasilitasi Sosmed
			6	Jumlah Pelanggan yang melakukan pemesanan lebih dari satu kali melalui sosmed
			7	Jumlah Penjualan yang difasilitasi Situs Jual Beli Online
			8	Jumlah Pelanggan yang melakukan pemesanan lebih dari satu kali melalui situs jual beli online
2	Meningkatkan kualitas packaging menjadi lebih baik dan lebih menarik serta mampu meningkatkan branding yang sesuai dengan Visi dan Misi	3 Produk semakin diterima masyarakat	9	Jumlah toko retail yang bersedia untuk menjual dan mendisplay produk
			10	Jumlah penjualan produk rata-rata
			11	Jumlah komplain terhadap kualitas produk dan packaging
3	Menjadikan tempat kerja menjadi lebih nyamann dengan menata ulang pabrik sehingga dapat terlihat lebih rapi dan bersih dan melakukan pernerapan 5R	4 Meningkatnya motivasi kerja karyawan	12	Jumlah turnover pegawai
			13	Rata-rata jumlah hari perbulan ijin tidak masuk karyawan
			14	Rata-rata jumlah hari perbulan ijin tidak masuk karyawan karena sakit
		5 Menurunnya tingkat downtime permesinan	15	Jumlah jam downtime akibat mesin tidak beroperasi
			16	Jumlah mesin yang tidak berfungsi normal
			17	Jumlah peralatan kerja yang dilaporkan hilang
6	Terjaminnya target produksi	18	Target produksi rata-rata	