

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari uraian penjelasan diatas, maka kesimpulan yang dapat diambil untuk penelitian ini adalah :

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD. Numani Kota Mojokerto dalam meningkatkan penjualan produk di masa pandemi covid-19 adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil pemetaan menggunakan SWOT Pada kuadran II dimana kuadran tersebut menerangkan kondisi internal dan eksternal perusahaan saat ini. UD. Numani secara internal berada pada posisi yang aman dan kuat, namun pada sisi yang lain terdapat ancaman secara internal yaitu dari perusahaan kompetitor dan serbuan produk dari China dengan kualitas yang lebih baik namun harga lebih murah. Maka strategi yang harus digunakan oleh UD. Numani adalah dengan menggunakan kekuatan dan memanfaatkan strategi “diversifikasi” baik inovasi dalam aspek produk ataupun dalam aspek pelayanan. Kelebihan utama dari produk UD. Numani ini adalah pada harga yang murah dan kualitas produk yang bagus, namun secara kelemahan, UD. Numani memiliki banyak sekali kompetitor yang menawarkan hal yang sama dengan pelayanan yang sama.
2. Secara kekuatan internal dari UD. Numani ini cukup kuat, namun

sangat penting untuk melebarkan ekskalasi perdagangan menjadi lebih professional dan melalui kegiatan promosi di media sosial, *marketplace* dan pembuatan website sehingga secara promosi lebih tertata.

5.2 Saran

Dengan beragam situasi dan kendala yang dihadapi oleh UD. Numani maka berikut adalah saran yang bisa diberikan untuk penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian terkait dengan strategi WO UD. Numani bisa melakukan beragam inovasi dan diversifikasi produk sandal yang bisa digunakan pada level pasaran *low end* ataupun produk yang bisa digunakan untuk pasaran *high end*.
2. Memperluas pasar dengan menggandeng pasar retail yang meliputi aplikasi *e-commerce* seperti shopee, lazada, dan tokopedia agar produk tersebut lebih mudah untuk dipasarkan dan menjangkau kalangan yang lebih luas tidak hanya pada kalangan agen dan reseller saja. Dengan menjangkau pasar retail atau jaringan pasar retail, maka akan lebih muda untuk melakukan dominasi pasar dan mempengaruhi konsumen.
3. Untuk penelitian lebih lanjut yang akan melakukan penelitian dengan tema sama, dapat menambahkan jumlah responden atau informan penelitian. Hal ini dilakukan untuk memperluas cakupan penelitian.