

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di UKM Sahabat Decor, Maka dapat dibuat kesimpulan berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dari ketiga alternatif strategi pemasaran yang ada, strategi pemasaran terpilih dengan nilai tertinggi adalah *Differentiation Strategy* sebesar 0,74. Dimana perusahaan diajak untuk berbeda dengan perusahaan lain dalam bidang yang sama. Perbedaan bisa berupa produk maupun jasa yang ditawarkan.
2. Dari pengolahan TOPSIS dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi pemasaran yang harus diterapkan oleh UKM Sahabat Decor adalah *Differentiation Strategy* dengan nilai terbesar dibanding alternatif lain. Hal ini menunjukkan bahwa UKM Sahabat Decor harus memberikan perbedaan dari segi biaya, pelayanan, produk dan pemesanan yang lebih baik lagi. Strategi pemasaran *Differentiation Strategy* merupakan strategi yang mengajak perusahaan untuk menjadi lain dengan perusahaan yang lain dalam industri yang sama. Perbedaan bisa pada produk atau jasa yang dijual. Dengan mengusahakan peningkatan penjualan untuk produk atau jasa yang ada melalui upaya-upaya pembeda dengan perusahaan lain, seperti :
 - a. Dimensi biaya dengan skor tertinggi sebesar 132 atau 88%. Memberikan potongan harga, pemberian potongan harga dapat dilakukan dengan cara menentukan jumlah *wallpaper* yang dibeli agar mendapatkan potongan harga. Dengan cara ini diharapkan para pelanggan tetap menjaga kerja sama berupa memberikan rekomendasi kepada pelanggan lain yang hendak membeli *wallpaper*.
 - b. Dimensi pelayanan dengan skor 129,5 atau 86,3%. Mengadakan program konsultasi gratis kepada konsumen agar mengetahui seberapa banyak



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penggunaan *wallpaper* untuk ukuran dinding tertentu. Pemberian garansi terhadap *wallpaper* yang telah terpasang dengan waktu yang ditentukan serta membedakan pelayanan ketika proses pemasangan, seperti tetap menjaga kebersihan rumah konsumen ketika pemasangan.

- c. Dimensi Produk dengan skor 126,5 atau 84,3%. Menyediakan beberapa jenis ukuran, motif produk *wallpaper* secara langsung, sehingga proses pemasangan dapat dilakukan secara langsung tanpa menunggu lamanya waktu *order* produk.
- d. Dimensi pemesanan dengan skor 125 atau 83,3%. Meningkatkan promosi dan memperbanyak iklan melalui media sosial yang ada. Mengadakan promo tahunan serta menjadikan pembeli sebagai agen promosi. Inilah alasannya mengapa kepuasan konsumen harus dijaga. Karena ketika konsumen berpuas hati terhadap produk yang dibeli, maka secara tidak langsung perusahaan akan mendapatkan agen promosi, konsumen akan dengan sukarela melakukan *personal marketing* dari mulut ke mulut dengan menceritakan kepuasannya dengan produk perusahaan tersebut.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk mendukung strategi pemasaran yang direkomendasikan kepada UKM Sahabat Decor yaitu *Differentiation Strategy*, Disarankan kepada perusahaan agar terus meningkatkan kualitas barang dan jasa, menjaga ciri produk dan cara pelayanan konsumen untuk pengembangan usaha, menjaga hubungan baik dengan distributor serta senantiasa mengontrol perkembangan kegiatan pemasaran yang dilakukan agar berjalan sesuai dengan yang diinginkan dan mendapat hasil yang maksimal. Strategi yang terpilih diharapkan juga bisa diterapkan pada penjualan produk lain.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya tidak hanya melakukan penilaian terhadap satu jenis produk, melainkan berbagai jenis produk yang ada di

perusahaan. Serta implementasi strategi dengan penambahan metode-metode yang lebih baru.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.