

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

##### 1. Penentuan Segmen Pasar Pada Konveksi Amalika Jepang Pakis Kudus.

Dalam menentukan segmen pasar konveksi Amalika menggunakan tiga pola yaitu segmentasi geografi, segmentasi demografi, segmentasi psikografi. Dalam segmen geografi konveksi Amalika membagi pasarnya kedalam tiga kota yaitu Kudus, Solo dan Surabaya. Sedangkan segmen demografi, konveksi Amalika mengambil kelompok usia dewasa dan anak-anak tapi lebih cenderung ke usia 20an. Pada segmen psikografi konveksi Amalika lebih cenderung mengarah ke konsumen yang mempunyai kebutuhan akan *fashion* yang sedang berkembang karena konveksi Amalika dalam membuat produk selalu mengutamakan bentuk baru sesuai *trend* yang ada, karena hal ini sangat membantu dalam meningkatkan penjualan di konveksi Amalika.

##### 2. Penentuan Target Pasar Pada Konveksi Amalika Jepang Pakis Kudus.

Ada tiga kriteria yang harus dipenuhi oleh perusahaan pada saat mengevaluasi dan menentukan segmen mana yang akan dijadikan target, yaitu:

*Ukuran Pasar*, Dalam menentukan pasar sasarannya Konveksi Amalika ingin menjangkau semua kalangan. Walaupun produk yang di produksi hanya busana muslim dan juga koko. Konveksi amalika menjangkau hampir kesemua kota yang ada di Indonesia dengan tiga kota distributor yaitu solo, Surabaya dan kudus sendiri sebagai distributor terbesar. Dengan demikian dapat dipastikan bahwa ukuran pasar pada konveksi Amalika mencakup wilayah yang luas.

*Pertumbuhan pasar*, Kota Surabaya dan Solo juga termasuk kota untuk kiblat trend busana di Indonesia. Pertumbuhan yang terjadi dalam

bidang fashion yang ada di Surabaya dan solo ini sangat tinggi hal ini dapat dilihat dari banyaknya minat konsumen yang ada di kota tersebut terhadap produk dari konveksi Amalika terkhusus para anak muda yang selalu up to date. Di kudu sendiri walaupun kotanya tak sebesar Solo dan Surabaya, pembeli busana di konveksi Amalika juga banyak ini terbukti dari di bukanya toko di pasar kliwon yang bernama “syahira” yang khusus menjual produksi busana muslim dari konveksi Amalika.

*Keunggulan Komparatif*, keunggulan yang dimiliki konveksi Amalika ini terletak di produknya yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan perusahaan konveksi lainnya. Berdasarkan observasi dan juga wawancara yang dilakukan diketahui bahwa konveksi Amalika selalu memperhatikan kualitas bahan yang digunakan dengan memilih bahan yang berkualitas bagus untuk membuat produknya. Dan juga dalam menentukan model busana muslim yang mereka buat selalu mengikuti trend yang terus berkembang, sehingga dalam melakukan produksi bentuk atau model busana muslim yang mereka buat selalu berbeda-beda menyesuaikan trend yang sedang diminati. Hal inilah yang membuat konsumen tidak akan bosan dan akan selalu mencari produknya walaupun harganya mahal sekalipun.

### **3. Penentuan Posisi Pasar Pada Konveksi Amalika Jepang Pakis Kudus.**

Ada beberapa cara produk positioning yang dilakukan oleh Konveksi Amalika dalam memasarkan produknya kepada konsumen yang dituju, antara lain :

#### **a. Penentuan posisi harga atau kualitas**

Dari hasil analisis yang telah dilakukan oleh penulis bahwa konveksi Amalika ini selalu meningkatkan kualitas produk yang mereka buat dari mulai bahan baku hingga menjadi baju yang siap di pasarkan. Konveksi Amalika sendiri memberi harga produknya dari mulai harga 300ribuan ke atas, harga ini cukup tinggi untuk konsumen busana muslim sehingga apabila kualitasnya tidak

diperhatikan maka dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli.

b. Penentuan posisi menurut pemakai

Konveksi amalika menentukan posisi pemakai ini berdasarkan 3 kelas yaitu kelas menengah, menengah atas, dan atas. Penentuan ini didasarkan pada segmen yang telah ditentukan oleh konveksi Amalika. Banyaknya kebutuhan akan fashion yang tinggi membuat konveksi amalika membidik segmen kelas menengah keatas sebagai target pemasaran karena dinilai lebih efisien dibanding segmen menengah kebawah.

c. Penentuan posisi menurut pesaing

Banyaknya kelebihan yang dimiliki oleh produk konveksi Amalika membuat konveksi Amalika dapat bersaing dalam menarik konsumen dengan inovasi yang selalu dilakukan dalam memproduksi barangnya selain itu kualitas dan juga merek membantu konveksi Amalika dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Walaupun demilikan kurangnya posisi dalam penempatan produknya membuat konveksi Amalika dalam penentapan posisi dinilai kurang. Karena konveksi Amalika hanya menempatkan produknya di tiga kota yang ada di Indonesia yakni Kudus, Solo, dan Surabaya. Walaupun setelah itu dikirim lagi ke berbagai kota yang ada di Indonesia.

## B. Saran

Kepada pemilik konveksi Amalika kalau bisa tidak hanya membuat busana muslim dan koko saja, mungkin dengan memproduksi produk baru seperti kemeja atau baju lainnya, sehingga dapat menambah pemasukan. Selain itu dalam menentukan harga juga lebih baik bisa mencakup semua kalangan tidak hanya kepada kalangan menengah ke atas saja agar segmen, target dan posisi yang dicapai lebih bisa meluas lagi.

### C. Keterbatasan Penelitian

Dari hasil penellitian penulis memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Keterbatasan referensi tentang penelitian atau riset sebelumnya, sehingga penelitian memiliki banyak kelemahan baik dari segi hasil penelitian maupun analisisnya.
2. Keterbatasan mengenai waktu, biaya dan data yang diperoleh sehingga hasil penelitian kurang maksimal.

### D. Penutup

Alhamdulillah, berkat dan karunia Allah SWT, didasari niat dan kesungguhan akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi. Dengan harapan semoga dapat memberi manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca budiman umumnya.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya, bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terjadi kekurangan dan kekhilafan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati memohon para pembaca untuk memberi kritik yang bersifat konstruktif dan serta menerima saran, masukan dan solusi dalam upaya penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian kripsi ini. Semoga senantiasa mendapat balasan dari Allah SWT, *Amin*.