

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data-data dari observasi, dokumentasi, dan wawancara yang telah dilakukan peneliti pada UMKM Lida Jaya dan Purnama Faster di Desa Padurenan Kudus maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Manajemen pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Lida Jaya dapat dibilang tertata apik, hal ini melihat dari perenanaan, pelaksanaan dan pengawasan serta bauran pemasaran yang dilakukan leh UMKM Lida Jaya sudah saling berhubungan, hanya ada beberapa hal yang perlu ditambahi agar semakin mendukung manajemen pemasaran yang telah ditetapkan diantaranya yakni memanfaatkan media sosial dalam promosi yang dilakukan.
2. Manajemen pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Purnama Faster juga terbilang apik dan tertata. Hal ini juga dapat dilihat dari perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan yang dilaksanakan UMKM Purnama Faster serta bauran pemasaran yang ditetapkan. Selain itu hal yang dapat dilakukan untuk semakin mengembangkan UMKM Purnama Faster yaitu dengan menambah perluasan jaringan pemasara produk atau mencari distributor yang dapat mencakup kawasan yang lebih luas.
3. Komparasi Manajemen pemasaran antara UMKM Lida Jaya dan Purnama Faster di Desa Padurenan Kudus terdapat persamaan dan perbedaan. Dalam hal perencanaan, pelaksanaan dan pengawasannya UMKM Lida Jaya dan UMKM Purnama Faster hasilnya sama. Dalam perencanaannya yang menjadi *segmentation* yakni anak SD-SMA sedangkan *targetingnya* yakni para distributor seragam sekolah, toko-toko/ penjual seragam. Dalam pelaksanaannya baik UMKM Lida Jaya dan Purnama Faster sama-sama berusaha agar *segmentation* dan *tarjeting* pada perencanaan dapat terlaksana. Serta dalam pengawasannyaUMKM

Lida Jaya dan Purnama Faster melakukan pengawasan secara langsung hal ini dilakukan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen atau minimnya cacat pada produk dan barang sampai pada distributor atau pedagang dan pengecer dengan sesuai dan tepat waktu, Pemberian kualitas pada produk yang dihasilkan oleh UMKM Lida Jaya dan Purnama Faster bertujuan agar produk sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen merasa puas akan produk yang dibelinya. Sedangkan pelayanan pada UMKM Lida Jaya dan Purnama Faster merupakan nilai pendukung yang dilakukan agar konsumen merasa nyaman. Sedangkan dalam bauran pemasaran antara UMKM Lida Jaya dan Purnama Faster memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dalam penerapan bauran pemasaran yang dijalankan, yakni: persamaan terletak pada produk yang diproduksi dan ditawarkan yakni seragam atasan dalam berbagai ukuran dan model, harga yang ditetapkan sama-sama disesuaikan dengan ukuran dan model seragam, promosi yang dilakukan adalah secara langsung, serta saluran distribusinya yaitu dari produsen ke distributor seragam maupun ketoko-toko dan sales. Sedangkan perbedaannya terletak pada ukuran seragam yang dibuat, pada UMKM Lida Jaya dari no.7-L7 sedangkan pada UMKM Purnama Faster dari no.8-L7. Harga yang ditetapkan UMKM Lida Jaya lebih murah Rp. 2000 dari pada UMKM Purnama Faster (walaupun harga ini tetap bersaing di pasaran umum), promosi yang dilakukan UMKM Lida Jaya hanya secara langsung sedangkan UMKM Purnama Faster juga memanfaatkan media sosial seperti WA, BBM, dan FB. Sedangkan pada saluran distribusi tidak jauh berbeda hanya saja distributor UMKM Lida Jaya memasarkan produknya sampai ke luar Jawa sehingga jumlah produk yang dipesan lebih banyak.

#### **B. Keterbatasan Penelitian**

Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun kenyataan penelitian ini masih banyak keterbatasan penelitian, meliputi:

1. Penelitian ini berinteraksi dengan fakta yang diteliti sehingga tidak menutup kemungkinan dalam memberikan analisis ada yang bersifat subyektif yang dilatar belakangi pola fikir peneliti sendiri.
2. Obyek penelitian yang masih kecil, artinya luas penelitian yang masih kurang, sehingga kurang maksimal dalam menyimpulkan.

### C. Saran-saran

Setelah mengadakan penelitian di dua lokasi yaitu UMKM Lida Jaya dan UMKM Purnama Faster yang berkaitan dengan Manajemen Pemasaran dan Bauran Pemasaran, maka dalam kesempatan kali ini penulis ingin menyumbangkan buah pikiran atau saran-saran yang sekiranya bermanfaat. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sebelum menjalankan suatu usaha agar melakukan perencanaan yang matang sehingga pada pelaksanaan usahanya, perusahaan sudah mempunyai gambaran, tujuan atau arah usaha yang dijalaninya tersebut.
2. Menetapkan produk, harga, promosi dan saluran distribusi yang paling sesuai sehingga peluang usaha untuk maju lebih tinggi.
3. Selalu mengeluarkan ide-ide baru/ inovasi sehingga konsumen akan lebih tertarik serta mampu dalam mengembangkan perusahaan.
4. Bersaing dengan sehat dan selalu berusaha memberikan yang sebaik mungkin.

### D. Kata Penutup

*Alhamdulillahirobbal 'alamin* atas segala puji bagi Allah SWT yang telah memebrikan rahmat, hidayah dan inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari jaman jahiliyah menuju jaman Islamiyah.

Penulis sadar, masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, meskipun sudah penulis usahakan semaksimal mungkin untuk lebih sempurna, hal ini disebabkan keterbatasan dan masih minimnya pengetahuan

yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat penulis harapkan guna kesempurnaan yang nantinya akan lebih membawa manfaat dimasa yang akan datang.

Akhirnya sebagai penutup penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan serta penulis berdoa semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi semua pihak yang membutuhkannya. *Amin ya robbal 'alamin*

