

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitiannya dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing.”(Studi Kasus UMKM Batik Tulis Sekar Arum Bakaran Kulon Juwana Pati).

1. Dalam meningkatkan daya saingnya, Batik Tulis Bu Ida melakukan beberapa perumusan dalam strategi pemasaran antara lain :
 - a. Segmentasi Pasar, Batik Tulis Sekar Arum tidak ada pengkhususan seseorang yang ingin memakai batik saja, akan tetapi Batik Tulis Sekar Arum memfokuskan produknya ke semua konsumen di berbagai kalangan mulai kalangan usia muda sampai tua, kalangan bawah, menengah sampai kalangan atas, dan jenis kelamin konsumen serta konsumen yang berasal dari agama Islam maupun non-Islam.
 - b. Target Pasar, Batik Tulis Sekar Arum juga tidak ada pembatasan khusus untuk konsumen, target Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik ini selain dipakai konsumen rumahan, Ibu Hartatik juga bekerja sama dengan konsumen Batik Tulis Sekar Arum yang digunakan untuk seragam, baik lembaga maupun instansi sekolah, dinas dan desa serta komunitas yang lainnya.
 - c. Posisi Pasar, Batik Tulis Sekar Arum memposisikan produk batiknya dengan memberikan kualitas yang bagus kepada konsumen untuk meningkatkan kepercayaan di benak konsumen. Selain upaya dalam memberikan kualitas, Batik Tulis Sekar Arum juga memberikan / menawarkan harga yang relatif murah serta terjangkau.
 - d. Strategi *Marketing Mix*, Batik Tulis Sekar Arum dengan memberikan desain motif produk batik yang berbeda – beda yaitu selain memproduksi desain motif batik khas Bakaran sendiri, Batik Tulis Sekar Arum juga memproduksi motif desain batik khas luar daerah seperti Batik Pekalongan, Batik Solo, Batik Yogyakarta, Batik Semarang, dan Batik Kudus. Selain itu, Batik Tulis Sekar Arum menerima pesanan motif desain sesuai apa yang diinginkan serta kebutuhan konsumen. Strategi harga

yang ditawarkan Batik Tulis Sekar Arum adalah memberikan harga yang relatif murah dan terjangkau dibanding dengan harga batik lain yang beredar di pasaran, untuk harga yang relatif murah dan terjangkau sampai dengan harga yang mahal, Batik Tulis Sekar Arum mengsamakan dan mempertahankan serta menjaga kualitasnya karena kualitas tidak ada yang dibedakan baik harga batik yang murah relatif terjangkau sampai harga yang mahal, dan produk yang dijual memiliki inovasi serta kreatifitas dalam mendesain motif batik yang tidak dimiliki oleh batik tulis yang lain. Strategi distribusi yang dilakukan oleh Batik Tulis Sekar Arum yaitu dengan melakukan penjualan langsung maupun tidak langsung ke konsumen. Batik Tulis Sekar Arum menjual produknya yang sudah ready di rumah maupun yang *pree-order*. Sedangkan untuk strategi promosi yang dilakukan Batik Tulis Sekar Arum pada awalnya dilakukan dengan strategi yang sederhana yaitu *mouth of mouth*. Seiring perkembangan teknologi yang semakin canggih, promosi Batik Tulis Sekar Arum tidak hanya dilakukan secara *offline*, akan tetapi dilakukan juga secara *online* untuk dilakukannya promosi melalui media sosial.

2. Implementasi Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing

Untuk meningkatkan daya saingnya, yang menjadi pedoman dalam Batik Tulis Sekar Arum harus mampu menciptakan nilai yang unik bagi semua konsumen. Nilai unik ini harus tidak mudah ditandingi oleh pesaing yang lain. Hal ini, dalam keunggulan dan keunikan Batik Tulis Sekar Arum mampu menghasilkan kreatifitas dan inovasi terhadap produk yang ditawarkan ke konsumen, yakni Batik Tulis milik Ibu Hartatik ini selain memproduksi atau menghasilkan desain motif Batik Bakaran sendiri, melainkan di Batik Tulis Sekar Arum juga mampu memproduksi desain motif Batik dari luar daerah, yaitu Batik Pekalongan, Yogyakarta, Solo, Semarang, dan Kudus. Selain itu, batik tulis disini selalu menjaga dan mempertahankan kualitas batik tulis yang bagus dari harga yang relatif murah dan terjangkau sampai dengan harga yang mahal. Batik Tulis Sekar Arum sama sekali tidak mengurangi kualitas baik harga yang relatif murah dan terjangkau sampai harga yang mahal, karena semua

kualitasnya disamakan. Meskipun kualitas disini disamakan dan tetap dipertahankan akan tetapi harga batik tulis disini terkenal relatif murah dan terjangkau dibandingkan dengan harga batik tulis yang lain. Batik Tulis Sekar Arum dalam melakukan strategi pemasaran sudah sesuai dengan yang dipraktikkan Rasulullah. Dalam kegiatannya Ibu Hartatik tidak hanya memperoleh keuntungan bisnis, akan tetapi juga untuk mendapat keberkahan dan kebarokahan dalam bisnis.

3. Faktor Pendukung Dan Faktor Penghambat Dalam Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing
 - a. Faktor Penghambat Internal, untuk mengatasi faktor ini agar karyawan tidak resign dari pekerjaannya, Ibu Hartatik memberikan pekerjaan kepada karyawan yang harus sesuai dengan kemampuan karyawan tersebut. Apabila karyawan tersebut tidak dapat melakukan pekerjaan dengan baik, sebagai owner Batik Tulis Sekar Arum Ibu Hartatik ada baiknya melakukan *briefing* atau rapat dengan menanyakan kesulitan apa yang dihadapi. Artinya, Ibu Hartatik tidak usah mengekang atau memberikan tekanan yang berat bagi karyawan tetapi masih dalam proses pengalaman belajar dan pantauan. Selain itu, Ibu Hartatik harus memberikan persamaan dalam memperlakukan kepada seluruh karyawan. Ibu Hartatik harus adil dan merata terhadap semua karyawan, jangan sampai ada yang merasa dianak tirikan.
 - b. Faktor Penghambat Eksternal, untuk mengatasi faktor ini Batik Tulis Sekar Arum harus mampu menghasilkan kreatifitas dan inovasi terhadap produk yang telah ditawarkan ke konsumen. Batik Tulis Sekar Arum ini menawarkan produk yang mempunyai desain batik dengan ciri khas atau karakteristik sendiri yang tidak dimiliki oleh pesaing yang lain, yaitu di Batik Tulis Sekar Arum selain menghasilkan semua motif desain Batik Bakaran, akan tetapi di batik tulis ini juga mampu menghasilkan 5 motif desain batik luar daerah, yakni Batik Pekalongan, Batik Yogyakarta, Batik Solo, Batik Semarang, dan Batik Kudus. Selain itu, untuk mengatasi pesaing yang telah menjelek-jelekkkan usaha Batik Tulis Sekar Arum, Ibu Hartatik tidak menghiraukan omongan orang lain karena rezeki sudah ada yang ngatur dan tidak akan pernah tertukar.

- c. Faktor Pendukung Internal, pengrajin di Batik Tulis Sekar Arum selain mampu memproduksi atau menghasilkan motif desain Batik Bakaran sendiri, akan tetapi di batik tulis ini juga mampu memproduksi atau menghasilkan motif desain Batik luar daerah yakni Batik Pekalongan, Batik Yogyakarta, Batik Solo, Batik Semarang, dan Batik Kudus. Oleh karena itu, tentu ini menjadi faktor pendukung internal seorang pengrajin Batik Tulis Sekar Arum, karena pengrajin disini bisa membuat motif baik motif bakaran ataupun motif batik luar daerah.
- d. Faktor Pendukung Eksternal, Batik Tulis Sekar Arum mempunyai konsumen setia dari produk batik tulis, sehingga tidak berpengaruh persaingan batik. Batik Tulis Sekar Arum bekerja sama dengan lembaga-lembaga khususnya lembaga pemerintahan desa dan lembaga pendidikan. Selain itu, perhatian dari pemerintah kota Juwana terhadap Batik Tulis Sekar Arum melalui program-program pelatihan, ajang pameran. Program-program ini tentu sangat penting untuk meningkatkan daya saing pada Batik Tulis Sekar Arum.

B. Saran – Saran

1. Kepada Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik sudah memenuhi *review motif batik* yang bagus dari konsumen yang harus dipertahankan agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan.
2. Batik Tulis Sekar Arum dalam melakukan promosi produk batiknya sudah melakukan di media sosial, selalu diharapkan agar dapat mengembangkan produk-produk yang ada sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat sehingga produk yang dihasilkan harus lebih/berani dalam berkreasi dan berinovasi agar mampu bersaing dengan industry batik tulis lainnya dan dipasaran.
3. Terlihat dari tempat Batik Tulis Sekar Arum milik Ibu Hartatik yaitu tempat yang digunakan sebagai tempat produksi batik tulis kurang memadai, seharusnya pelaku bisnis lebih memperhatikan lingkup dalam tempat produksinya, guna untuk memberikan kenyamanan bagi karyawan dalam melakukan produksi batik. Serlain itu, belum adanya galeri batik tulis, seharusnya pelaku usaha batik tulis ini lebih memperhatikan ruang lingkup bisnisnya,

guna untuk mempertahankan loyalitas konsumen serta kenyamanan setiap konsumen. Dengan membuat galeri batik sendiri tentunya akan lebih menarik perhatian konsumen.

