

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

4.1.1 Produk

- a. Tas (pria dan wanita) yang terdiri dari beberapa model seperti tas ransel, tas selempang, tas bahu dan *satchels*, tas jinjing (*tote bag*).
- b. Gantungan kunci sebagai penghias untuk kunci rumah, motor, mobil dll. Beragam pilihan motif dan berbagai warna menjadikan gantungan kunci kulit yang keren juga *prestige* untuk digunakan sehari-hari.
- c. Sepatu dan sandal (pria dan wanita) memiliki beberapa model casual dan formal.
- d. Dompet (pria dan wanita) terbuat dari kulit asli yang diproses sedemikian rupa agar menghasilkan dompet yang kuat dan elegan untuk dipakai.

4.1.2 Bauran Pemasaran

PT Mandiri Jogja Internasional merupakan perusahaan pembuat kerajinan kulit yang memiliki beragam produk. PT Mandiri Jogja Internasional menerapkan bauran promosi untuk menarik minat dari konsumen. Penerapan bauran yang ditetapkan meliputi Produk, Harga,

Promosi, dan Saluran distribusi. Pada produk BUCINI mengalami kendala dalam melakukan promosi terhadap produknya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari uraian yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

5. Produk yang dibuat oleh Bucini memiliki kualitas yang sudah berstandar internasional. Produk Bucini sama dengan produk-produk yang di ekspor oleh PT Mandiri Jogja Internasional. Memiliki kualitas kulit asli dan semua pengerjaannya dari mulai mendesain produk, pemilihan bahan, pewarnaan kulit, penjaitan, dan pengemasan semua dilakukan di Indonesia. Kulit yang dijadikan produk di ambil dari produsen kulit di daerah Bantul, Yogyakarta. Sehingga produk yang dibuat 100% buatan Indonesia.
6. Harga yang ditetapkan oleh Bucini adalah harga yang bersaing dengan produk kulit lainnya. Dengan mengedepankan kualitas dari semua produk yang dibuat harganya pun sesuai dengan apa yang akan di dapatkan, walaupun yang dapat menjangkau produk tersebut kemungkinan masyarakat ekonomi kelas menengah ke atas.
7. Bentuk promosi yang digunakan oleh BUCINI adalah dengan membuka showroom, Bucini memajang semua produk yang dimiliki. Selain itu Bucini juga memiliki website sendiri agar pembeli yang berada di luar Jogja dapat melihat dan membeli

produk Bucini. Selain website Bucini juga menjual produknya di E-Commerce, seperti bukalapak, tokopedia, shopee dll. BUCINI juga aktif dalam mengikuti event-event yang ada disekitaran Yogyakarta dan Jawa Tengah.

8. Bucini menyalurkan produknya kepada konsumen menggunakan saluran distribusi langsung yaitu dari produsen ke konsumen. Dengan penjualan produknya konsumen bisa datang langsung ke showroom Bucini atau mengunjungi website dan E-commerce untuk melihat dan memilih jenis produk yang akan dibeli.

4.1.3 Kendala

1. Banyaknya pesaing yang menjual produk serupa membuat persaingan menjadi semakin ketat. Para pesaing melihat adanya celah dalam produk kulit. Maka dari itu para pesaing menjual produknya dengan harga yang lebih murah membuat para konsumen merasa lebih senang dengan harga yang lebih rendah.
2. Keterbatasan stok menjadikan konsumen sulit untuk mendapatkan produk dan model yang mereka suka.
3. Bucini masih memakai sistem pemasaran yang masih tradisional dan kekeluargaan sehingga presentasi adanya kesalah dalam memasarkan produknya menjadi tinggi.

4.2 Saran

1. Dalam membuat produk harus lebih diperhatikan terkait detail dan motif dari produk tersebut. Menggunakan motif dan aksesoris yang kekinian juga akan meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli produk yang telah dibuat.
2. Sistem dalam penyaluran dan penyimpanan produk juga harus dibenahi dan dirapihkan agar memudahkan karyawan untuk mencocokkan data dari stok ketersediaan di gudang dan dilapangan.
3. Memberikan fasilitas yang mendukung untuk pekerjaan agar lebih cepat dan nyaman untuk bekerja di lingkungan kantor.
4. Melakukan promosi dengan cara menggunakan sosial media yang ada guna meningkatkan penjualan produk BUCINI karena media sosial itu berpengaruh besar dalam penjualan di era globalisasi sekarang ini.
5. Tata letak dan penempatan produk di *showroom* harus diperhatikan lebih teliti. Untuk produk-produk yang baru agar terlihat jelas dan penataan yang tepat akan memudahkan konsumen memilih produk yang mereka sukai
6. Sebaiknya PT Jogja Internasional dapat melakukan *exhibition* besar di Indonesia, khususnya di luar Jogjakarta agar masyarakat lebih *aware* terhadap produk BUCINI yang berkualitas dan tentunya buatan asli Indonesia yang mampu bersaing dengan produk luar.