

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan data dan hasil penelitian yang telah dibahas, kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Toko Kusen Karya Indah menggunakan strategi persaingan yang mempertimbangkan kualitas material, penyesuaian harga, penguatan jaringan pemasok, dan pemasaran proaktif. Pemilihan kayu meranti dan kayu ulin nomor satu menunjukkan keunggulan kualitas, yang menjamin daya tahan produk akan bertahan selama 15–20 tahun bahkan lebih. Selain itu, strategi harga yang kompetitif digunakan dengan memperhitungkan harga pasar dan kerumitan produksi, dan pemasaran dilakukan melalui *personal selling* dan penggunaan media sosial. Selain itu, untuk menjamin rantai pasokan bahan baku, penguatan jaringan melalui diversifikasi dua pemasok.
2. Strategi bisnis Toko Kusen Karya Indah dalam aspek produk berfokus pada kualitas material kayu meranti dan ulin dengan garansi perbaikan gratis. Dari sisi harga, toko menetapkan harga kompetitif sesuai harga pasaran yang transparan berdasarkan biaya bahan baku dan kerumitan produksi, serta memberikan potongan harga khusus untuk pesanan dalam jumlah besar. Lokasi usaha berada di pinggir jalan raya dan kawasan pemukiman untuk memaksimalkan aksesibilitas serta

visibilitas produk. Terakhir, strategi promosi melalui *personal selling* kepada relasi dan kontraktor, serta memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok*.

3. Toko Kusen Karya Indah menghadapi tiga kendala utama, yaitu kelangkaan bahan baku kayu, yang diatasi dengan diversifikasi pemasok dari dua lokasi berbeda untuk menjaga stabilitas produksi. Lalu masalah penetapan harga, yang disebabkan oleh kecenderungan pelanggan untuk menawar di bawah nilai jual, yang diselesaikan dengan memberikan penjelasan tentang biaya bahan baku untuk mencapai harga yang wajar. Serta terbatasnya media promosi digital karena ketiadaan akun khusus bisnis, sehingga untuk sementara waktu pemilik harus mengandalkan akun media sosial pribadi untuk menjangkau pelanggan secara *online*.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan toko dapat segera membuat akun media sosial khusus untuk bisnis agar *branding* lebih kuat. Selain itu, juga disarankan untuk terus menjaga kualitas kayu, yang merupakan nilai jual utama, dan mempertahankan hubungan dengan kontraktor dan konsumen melalui pelayanan yang konsisten.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi Pustaka bagi mahasiswa dan akademisi yang mengkaji tentang manajemen UMKM dan strategi pemasaran.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel penelitian dengan mempelajari lebih lanjut tentang manajemen keuangan atau bagaimana kepuasan pelanggan secara kuantitatif memengaruhi kesetiaan pelanggan pada bisnis kerajinan kayu yang sebanding.