

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Strategi untuk mengembangkan bisnis yang diimplementasikan oleh Maharaja Garment berdasarkan analisis Siklus Hidup Produk merupakan melaksanakan strategi pemasaran yang cocok dengan tahap siklus hidupnya. Untuk menetapkan posisinya siklus hidup Maharaja Garment, digunakan rumus perhitungan Polli and Cook. Hasil perhitungan menunjukkan persentase perubahan penjualan $\Delta\%(\chi)$ sebesar 6,61. Selanjutnya, batas pertumbuhan (Z) adalah 1,15, dan batas penurunan (Y) adalah -0,21. Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa Maharaja Garment berada pada tahap pertumbuhan (Growth), yang mengindikasikan peningkatan penjualan yang cepat karena produknya telah diterima dan diminati oleh pasar. Oleh karena itu, untuk mengembangkan usaha, Maharaja Garment dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Strategi produk (*Product*) yang diterapkan oleh Maharaja Garment pada tahap pertumbuhan (*Growth*) :
 - a) Menambah ragam produk dengan mengaplikasikan bahan baku yang lebih superior dan nyaman dipakai, sekaligus memberikan kualitas bordir dan sablon yang unggul.
 - b) Menyediakan jaminan untuk produk.
 - c) Memberikan pelayanan yang prima.

2. Strategi harga (*Price*) :

- a) Menetapkan harga berdasarkan jenis dan kualitas produk, harga dapat disesuaikan berdasarkan jumlah pesanan dengan memberikan diskon dan melaksanakan promosi pada waktu-waktu tertentu.

3. Strategi promosi (*Promotion*) :

- a) Mengubah fokus promosi dari kesadaran (*awareness*) menjadi pilihan (*preferensi*) bagi konsumen.
- b) Menerapkan promosi melalui iklan (*advertising*) dan penjualan personal (*personal selling*).

4. Strategi tempat (*Place*) :

- a) Memperhatikan terhadap kenyamanan dan keamanan lingkungan usaha.
- b) Maharaja Garment bisa mempertimbangkan untuk membuka outlet baru di lokasi yang lebih strategis dan ramai di pusat kota.

5.2 Saran

Dengan merujuk pada kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Maharaja Garment dapat meningkatkan produk dan layanan usahanya, termasuk dalam hal kualitas, model, warna, dan aspek lainnya.
- b. Mengenakan harga yang stabil tanpa menaikkan tarif, namun selaras dengan maksud untuk memajukan bisnis, sehingga penetapan harga dapat menciptakan keuntungan.

- c. Merubah perspektif konsumen dengan tidak hanya memberikan informasi tentang produk hingga memilihnya dan menambahkan promosi tambahan atau memberikan bonus produk yang unik untuk pelanggan sebagai bagian dari strategi promosi untuk meningkatkan ketertarikan pelanggan.
- d. Menjaga dan meningkatkan kualitas tempat usaha, termasuk kenyamanan dan keamanan, dengan lebih memperhatikan tata letak ruang.