

JUSIE

(Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi)

Volume VI, Nomor 01, Mei – Oktober 2021

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Sepatu pada *Home Industry* Yap Yek di Kota Bukittinggi

Penulis : Nurfitriyenny dan Eno Kurniawan

Sumber : Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi, Volume VI, Nomor 01, Mei – Oktober 2021

Diterbitkan oleh : Jurusan PIPS FKIP UMMY Solok

Copyright © 2021, Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi, Volume VI, Nomor 01, Mei – Oktober 2021 | 47

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Sepatu pada *Home Industry* Yap Yek di Kota Bukittinggi

¹Nurfitriyenny, ²Eno Kurniawan
STIE Haji Agus Salim Bukittinggi
Email : nurfitriyenny.taufik@gmail.com
Email : eno.kurniawan46@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the chosen marketing strategy in increasing shoe sales at Yap Yek Home Industry in Bukittinggi. Technical analysis of data using the SWOT method, namely analysis of the factors of strength (strength), as well as knowing weaknesses. Meanwhile, analysis of external factors must be able to determine the opportunity (opportunity), and also know the threat (threat) by filling out a questionnaire. After that, these factors are analyzed using the IFE matrix, EFE matrix, SWOT matrix, and weight-score table analysis. Based on the results of the study, it can be concluded that the marketing strategy used by Yap Yek's home industry with the highest total weight score on the Strengths-Opportunities (S-O) strategy is 3.87. By optimizing the strength to take advantage of existing opportunities. Namely maintaining and improving product quality to attract new customers and retain existing customers, making constant innovations in products, especially in design and color to attract more consumers to use shoe products, maximizing marketing of owned leather shoe products, especially during the holiday season, following every major events and events such as the exhibition of industrial products by providing a bigger discount.

Keywords: Marketing Strategy, Sales, SWOT Analysis

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran yang dipilih dalam meningkatkan penjualan sepatu pada Home Industry Yap Yek di Bukittinggi. Teknis analisis data menggunakan metode SWOT yaitu analisis faktor-faktor dari kekuatan (strength), serta mengetahui kelemahan (weaknesses). Sedangkan analisis faktor eksternal harus dapat mengetahui peluang (opportunity), serta mengetahui pula ancaman (threat) dengan pengisian kuesioner. Setelah itu, faktor-faktor tersebut dianalisa dengan menggunakan Matrik IFE, Matrik EFE, Matrik SWOT, dan Analisa Tabel Bobot Skor. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan, bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh home industry Yap Yek dengan jumlah total bobot skor tertinggi pada strategi Strengths-Opportunities (S-O) yaitu sebesar 3,87. Dengan mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Yaitu menjaga dan meningkatkan kualitas produk untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang telah ada, melakukan inovasi terus-menerus terhadap produk terutama pada desain dan warna untuk lebih menarik minat konsumen menggunakan produk sepatu, memaksimalkan pemasaran produk sepatu kulit dimiliki terutama pada musim liburan, mengikuti setiap event-event dan acara-acara besar seperti pameran hasil industri dengan memberikan potongan harga yang lebih besar.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Penjualan, Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Kota Bukittinggi merupakan salah satu kota yang memiliki potensi Industri Kecil dan menengah yang cukup maju dan berkembang. Hal tersebut terbukti sejak dari tahun 2009 sampai 2015, jumlah industri kecil dan menengah serta tenaga kerja yang terserap didalamnya selalu mengalami peningkatan. Salah satu sub sektor dari industri kecil dan menengah (IKM) yang ada di kota di Kota Bukittinggi adalah industri kerajinan sandal dan sepatu yang merupakan khasanah kekayaan pengetahuan yang diturunkan secara turun temurun. Industri sandal dan sepatu kota di Kota Bukittinggi didukung oleh banyak kekuatan dan peluang yang bisa dimanfaatkan adalah bahwa Kota Bukittinggi merupakan kota wisata dan perdagangan sehingga dapat mendukung produk sandal dan sepatu. Berdasarkan hasil wawancara dengan bagian pihak pemasaran pada industri sepatu Yap Yek, penjualan sepatu Yap Yek mengalami penurunan sejak tahun 2012 dan lebih menurun lagi pada tahun 2013, dan pada tahun-tahun sebelumnya memang mengalami peningkatan, namun tidak telalu besar.

Tabel 1. Data Penjualan Sepatu Yapyek Kota Bukittinggi Tahun 2009-2015 (dalam unit)

No	Tahun	Penjualan
1	2009	1979
2	2010	2447
3	2011	2856
4	2012	2525
5	2013	1754
6	2014	1985
7	2015	1992

Sumber : Yap Yek Kota ,2015

Dari tabel 1 dapat dilihat, pada tahun 2009 sampai dengan 2011 Toko Sepatu Yap Yek selalu mengalami peningkatan penjualan, namun berkaitan dengan tabel 1 mengenai peningkatan unit usaha yang bertambah tiap tahunnya tentunya unit usaha yang serupa dengan Toko Sepatu Yap Yek juga bermunculan jadi tidaklah mengherankan bila terjadi penurunan penjualan dikarenakan munculnya pesaing-pesaing baru ataupun pesaing lama yang melakukan ekspansi (membuka cabang baru) yang bersifat lebih menjangkau konsumen.

Penurunan volume penjualan yang berkelanjutan dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2012 – 2015 dikarenakan beberapa faktor, ada dari faktor eksternal dan juga faktor internal. Adapun dari faktor eksternalnya adalah bertambah ketatnya persaingan dengan industri lainnya yang bergerak dibidang yang sama dan masuknya dari sepatu-sepatu import contohnya produk Cina yang berdampak buruk bagi kelangsungan hidup perusahaan, ini menuntut perusahaan khususnya bagian pemasaran agar dapat merencanakan serta menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan untuk dapat terus meningkatkan penjualan.

Kekuatan yang dimiliki oleh Toko sepatu Yap Yek adalah memiliki bangunan sendiri serta produk yang dihasilkan berkualitas dengan menggunakan bahan-bahan pilihan, dan mengikuti desain warna yang menarik. Serta ada potongan harga pada setiap pembelian sepatu oleh konsumen dalam pembelian jumlah yang banyak dengan pelayanan yang memuaskan. Kelemahan dari Toko sepatu Yap Yek adalah kurangnya promosi yang dilakukan pada toko ini, serta tidak adanya distributor dan pengecer sepatu seperti yang dilakukan oleh toko lain. Peluang yang dimiliki oleh toko sepatu Yap Yek adalah lokasi yang strategis yaitu berlokasi di Kota Bukittinggi yang selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan dan perdagangan yang cukup maju, Serta adanya dukungan pemerintah terhadap UKM. Ancaman pada toko sepatu Yap Yek adalah banyak nya pesaing baru yang bermunculan dengan menurunkan harga dari toko sepatu Yap Yek. Dengan latar belakang diatas, menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran yang dilakukan industri sepatu Yap Yek di Kota Bukittinggi dalam meningkatkan volume penjualannya. Dengan demikian, penulis memilih judul skripsi sebagai

berikut “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Sepatu pada *Home Industry Yap Yek di Kota Bukittinggi*”.

METODE PENELITIAN

Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT, Analisis matrik IFE dan EFE , serta Analisis Matrik SWOT. Dari hasil analisis SWOT akan dihasilkan empat *alternative* strategi (Rangkuti, 2004) yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh manajemen perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Matrik IFE dan EFE

Dalam analisa matrik IFE dan EFE kita akan menilai dua buah matriks. Pertama yaitu, *Internal Factor Evaluation* (IFE) matrik yang berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keadaan perusahaan dari dalam perusahaan dimana akan dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaan. Kedua yaitu *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) matrik yang berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dari luar perusahaan dimana akan dilihat dari peluang dan ancaman yang ada (Rangkuti, 2004)

Tabel 2. Tabel *Internal Factor Evaluation* Matrik

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai/Skor
1	2	3	4	5
Kekuatan (<i>Strength</i>)				
1.	Produk yang dihasilkan berkualitas.	0,15	2,6	0,39
2.	Produk selalu mengikuti <i>trend</i> dengan desain dan warna yang menarik.	0,15	1,7	0,25
3.	Adanya potongan harga untuk pembelian dalam jumlah yang banyak.	0,10	2	0,20
4.	Memiliki bangunan sendiri sebagai tempat pemasaran produk.	0,10	3,1	0,31
5.	Pelayanan yang ramah serta jaminan yang lebih memuaskan.	0,10	2,7	0,27
Jumlah		0,60		1,42
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1.	Kurangnya kegiatan promosi sehingga masih ada masyarakat yang belum mengenal perusahaan.	0,10	3,6	0,36
2.	Produk pesaing yang cenderung meniru motif dan desain produk perusahaan.	0,05	4	0,20
3.	Stock produk yang kadang terbatas.	0,05	3	0,15
4.	Perusahaan tidak memiliki distributor atau pengecer khusus diluar daerah.	0,10	2,6	0,26
5.	Tampilan toko yang kurang representative	0,10	2	0,2
Jumlah		0,40		1,17
Total		1		2,59

Sumber: Analisis data primer

Dari tabel 2 dilihat dari sisi internal, terlihat bahwa total nilai bobot kekuatan dari masing-masing elemen adalah 1,42, dan total kelemahan adalah 1,17. Dilihat dari matrix

IFE, strategi pemasaran Toko sepatu dan sandal Yap Yek disimpulkan dapat memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan yang ada, dilihat dari total nilai skor lebih besar dari 2,5 yaitu sebesar 2,59. Berikut ini adalah tabel peratingan Matrix EFE pada Toko sepatu dan sandal Yap Yek yang berada di Kota Bukittinggi:

Tabel 3. Tabel External Factor Evaluation Matrik

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai/Skor
Peluang (Opportunities)				
1	2	3	4	5
1.	Trend pemakaian sepatu kulit masih tinggi.	0,10	2,8	0,28
2.	Kota Bukittinggi sebagai kota wisata yang selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan.	0,15	3,8	0,57
3.	Kota Bukittinggi merupakan kota perdagangan yang cukup maju.	0,10	2,5	0,25
4.	Dukungan yang tinggi dari pemerintah (khususnya dinas perindustrian) untuk mengembangkan dan memajukan industri sepatu kulit.	0,10	2,5	0,25
5.	Adanya event-event dan acara-acara besar seperti pameran hasil industri merupakan peluang untuk mempromosikan produk.	0,10	3,8	0,36
Jumlah		0,55		1,71
Ancaman (Threats)				
1	Munculnya pesaing baru yang lebih profesional.	0,10	3,4	0,34
2	Harga produk relative mahal.	0,10	3,1	0,31
3	Harga produk pesaing lebih murah.	0,10	2,7	0,27
4	Jasa cargo (pengiriman barang) yang sering tidak tepat waktu membuat konsumen komplain dan kecewa.	0,10	3	0,30
5	Perubahan selera konsumen.	0,05	2,8	0,14
Jumlah		0,45		1,36
Total		1		3,07

Sumber: Analisis data primer

Dari tabel 3 dapat dilihat dari sisi eksternal, terlihat bahwa total bobot peluang dari masing-masing elemen adalah 1,71 dan total ancaman adalah 1,36. Dari Hasil analisa matrik EFE, strategi pemasaran Toko sepatu dan sandal Yap Yek dapat memanfaatkan peluang yang datang dari luar perusahaan pada ancaman yang ada, dapat dilihat dari total nilai skor yang lebih besar dari 2,5 yaitu 3,07

2. Analisis Matrik SWOT

Setelah mendapatkan matrik IFE dan matrik EFE, maka perusahaan dapat melanjutkan dengan memasukkan data yang ada pada matrik IFE dan matrik EFE ke dalam analisa matrik SWOT.

Tabel 4. Matrik SWOT

<p style="text-align: center;">Internal</p> <p style="text-align: center;">Eksternal</p>	<p>Strengths</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang dihasilkan berkualitas. 2. Produk selalu mengikuti trend dengan desain dan warna yang menarik. 3. Adanya potongan harga untuk pembelian dalam jumlah yang banyak. 4. Memiliki bangunan sendiri sebagai tempat pemesanan produk. 5. Pelayanan yang ramah serta jaminan yang lebih memuaskan kepada konsumen. 	<p>Weaknesses</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya kegiatan promosi sehingga masih ada masyarakat yang belum mengenal perusahaan. 2. Harga produk relatif mahal. 3. Stock produk yang kadang terbatas. 4. Perusahaan tidak memiliki distributor/pengecer khusus diluar daerah. 5. Tampilan yang kurang representatif.
1	2	3
<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Trend pemakaian sepatu kulit masih tinggi Kota Bukittinggi sebagai kota wisata yang selalu ramai dikunjungi wisatawan. 2. Kota Bukittinggi merupakan kota perdagangan yang cukup maju. Dukungan yang tinggi dari pemerintah (khususnya dinas perindustrian) untuk memajukan dan mengembangkan industri sepatu kulit. 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas produk dengan terus mengikuti trend yang sedang laku dipasaran untuk terus menarik minat konsumen (S1, O1) 2. Melakukan inovasi terus-menerus terhadap produk terutama pada desain dan warna untuk lebih menarik minat konsumen menggunakan produk sepatu kulit (S2, O1). 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan kegiatan promosi dengan mengikuti event-event atau acara acara besar pada waktu tertentu (W1, O5) 2. Meningkatkan jumlah produksi produk agar dapat memenuhi permintaan masyarakat (W3, O1).
<ol style="list-style-type: none"> 3. Adanya event-event atau acara-acara besar seperti pameran hasil industri merupakan peluang untuk mempromosikan produk. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Memaksimalkan pemasaran produk sepatu kulit yang dimiliki terutama pada musim liburan (S4, O2). 4. Mengikuti setiap event-event dan acara-acara besar seperti pameran hasil industri dengan memberikan potongan harga yang lebih besar (S3, O5). 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Memperluas saluran distribusi dengan membentuk distributor / pengecer khusus diluar daerah untuk memenuhi permintaan masyarakat akan produk sepatu kulit (W4,O4). 4. Mencari lokasi yang lebih strategis terutama dekat dengan pasar karena Kota Bukittinggi merupakan kota perdagangan yang cukup maju (W5, O3).
<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing baru yang lebih potensial. 2. Produk pesaing yang cenderung meniru desain produk perusahaan. 3. Harga produk pesaing lebih murah. 4. Jasa cargo (pengiriman barang) yang sering tidak tepat waktu membuat konsumen komplain dan kecewa. 5. Perubahan selera konsumen. 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberi hak paten terhadap desain produk agar tidak dicontoh lagi oleh pesaing (S2, T2). 2. Meningkatkan kualitas pelayanan dan jaminan kepada konsumen dengan memilih jasa cargo yang benar-benar tepat waktu (S5, T4). 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menetapkan harga lebih baik lagi dan terjangkau oleh konsumen agar mampu bersaing dengan harga pesaing (W2, T3). 2. Meningkatkan kegiatan promosi untuk menghadapi pesaing-pesaing baru yang lebih potensial (W1, T1).

Sumber: Analisis Data Primer

3. Analisis Tabel Bobot Skor

Setelah dilakukan analisa pada setiap strategi yang telah ditetapkan yaitu SO, strategi ST, WO dan strategi WT. maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah memilih satu dari keempat strategi yang telah ditetapkan sebelumnya

Tabel 5. Tabel Bobot Skor pada Matriks SWOT

	Internal		
Eksternal		<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<i>Opportunities</i>		Strategi SO Total Skor $1,42 + 1,71 = 3,13$	Strategi WO Total Skor $1,17 + 1,71 = 2,88$
<i>Threat</i>		Strategi ST Total Skor $1,42 + 1,36 = 2,78$	Strategi WT Total Skor $1,17 + 1,36 = 2,53$

Sumber: Analisa Data Primer

Berdasarkan hasil tabel bobot skor pada matrik SWOT diatas dapat terlihat bahwa strategi SO lah yang memiliki skor tertinggi yaitu 3.13 dibandingkan dengan strategi lainnya, maka Toko Sepatu Yap Yek dapat menggunakan strategi SO untuk membantu meningkatkan penjualannya. Yaitu menjaga dan meningkatkan kualitas produk untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang telah ada, melakukan inovasi terus-menerus terhadap produk terutama pada desain dan warna untuk lebih menarik minat konsumen menggunakan produk sepatu kulit, memaksimalkan pemasaran produk sepatu kulit dimiliki terutama pada musim liburan, mengikuti setiap event-event dan acara-acara besar seperti pameran hasil industri dengan memberikan potongan harga yang lebih besar.

B. Pembahasan

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan sebelumnya, maka untuk dapat meningkatkan penjualan pada "Toko Sepatu Yap Yek" di Kota Bukittinggi yaitu dengan memanfaatkan strategi SO (*Strengths dan Opportunities*), dimana strategi SO merupakan strategi yang memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada, dimana strategi yang dapat dimanfaatkan oleh "Toko Sepatu Yap Yek" di Kota Bukittinggi yaitu:

1. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang telah ada

Menjaga dan meningkatkan kualitas produk adalah hal yang sangat penting sekali. Jika suatu produk memiliki kualitas yang baik, maka produk tersebut akan dicari oleh konsumen yang baru, dan tetap diminati oleh pelanggan yang telah ada. Peminat sepatu ini adalah orang-orang yang sudah matang baik dari segi penghasilan dan juga dari segi usia, pendapatan dan juga statusnya. Untuk itu sebaiknya Toko Sepatu Yap Yek harus bisa menjaga dan meningkatkan kualitas produknya agar penjualan bisa ditingkatkan.

2. Melakukan inovasi terus menerus terhadap produk terutama pada desain dan warna untuk lebih menarik minat konsumen menggunakan produk sepatu kulit

Pada industri kerajinan, inovasi pada sebuah produk memang sangat diperlukan sekali. Hal itu disebabkan karena konsumen pada umumnya menyukai sesuatu yang baru dan berbeda. Apalagi untuk produk sepatu kulit, desain dan warna merupakan bagian terpenting yang menjadi daya tarik dari produk tersebut. Konsumen yang menyukai produk sepatu kulit tidak menginginkan desain dan warna yang itu-itu saja (monoton). Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk selalu kreatif dan selalu melakukan inovasi-inovasi dengan melakukan perubahan terhadap produk sepatu Yap Yek terhadap produknya, agar produk yang ditawarkan tetap bertahan dan laku dipasaran.

3. Memaksimalkan pemasaran produk sepatu kulit terutama pada musim liburan

Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke kota di Kota Bukittinggi terutama pada musim liburan, sebaiknya Toko Sepatu Yap Yek memanfaatkan kesempatan tersebut untuk lebih gencar dan maksimal memasarkan produknya dengan cara melakukan promosi atau pameran barang agar diminati oleh konsumen, agar penjualan yang optimal dapat tercapai.

4. Mengikuti setiap event-event dan acara-acara besar seperti pameran hasil industri dengan memberikan potongan harga yang lebih besar

Mengikuti setiap event-event dan acara-acara besar seperti pameran hasil industri baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta merupakan peluang yang cukup besar bagi sebuah perusahaan untuk memproduksi produknya. Sebaiknya Toko Sepatu Yap Yek selalu mengikuti setiap event-event dan acara-acara besar tersebut agar produknya lebih dikenal dan dibeli oleh konsumen dengan memberikan potongan harga yang lebih besar. Diharapkan dengan strategi tersebut penjualan perusahaan dapat ditingkatkan.

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada merupakan strategi yang sangat baik bagi perusahaan Toko Sepatu Yap Yek di Kota Bukittinggi.
2. Kekuatan yang dimiliki perusahaan adalah kualitas produknya dan juga selalu melakukan inovasi terhadap produk terutama pada desain dan warna.
3. Kurangnya promosi dari pihak perusahaan sehingga masih banyak dari masyarakat yang belum mengenal toko sepatu Yap Yek di Kota Bukittinggi.
4. Toko Yap Yek memiliki tenaga kerja sedikit sekali sehingga produksi sepatu dan sandal tidak dapat memenuhi kebutuhan para konsumen.
5. Harag yang ditetapkan sering kali mengalami perubahan karena harga bahan baku yang tidak stabil.
6. Proses produksi yang lama menjadikan konsumen kecewa terhadap toko Yap Yek Bukittinggi.
7. Tempat parkir bagi para konsumen yang berbelanja di Toko Yap Yek Bukittinggi perlu di perhatikan karena terlalu sempit dan tidak memadai karena dapat menjadikan konsumennya beralih ke perusahaan lain yang memiliki tempat parkir yang lebih nyaman.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan pada industri kerajinan Toko Sepatu Yap Yek, maka penulis memberikan beberapa saran kepada industri kerajinan Toko Sepatu Yap Yek yaitu:

1. Disarankan bagi perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan pada industri kerajinan Toko Sepatu Yap Yek di Kota Bukittinggi dapat dilakukan dengan cara memanfaatkan strategi SO (*Strenghts-Opportunity*).
2. Kekuatan yang di miliki perusahaan dan peluang yang ada di pasaran dapat di manfaatkan oleh perusahaan Toko Sepatu Yap Yek di Kota Bukittinggi.
3. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan munculnya pesaing-pesaing baru yang lebih potensial, maka perusahaan harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas produknya, dengan cara tetap memakai kulit kualitas super bukan yang palsu atau campuran agar kualitas produk sepatu Toko Yap Yek di Kota Bukittinggi tetap terjaga kualitas produknya.
4. Perusahaan sebaiknya memperhatikan harga yang berlaku di pasaran atau harga standart di pasaran, agar mampu bersaing dengan harga produk pesaing.

5. Perusahaan sebaiknya menampilkan *design* pajangan yang lebih modern sehingga memiliki daya tarik bagi konsumen.
6. Pihak perusahaan harus mempatenkan merknya supaya tidak terjadi masalah mengenai merk dagangnya.
7. Perusahaan sebaiknya memperluas saluran distribusi sampai keluar daerah dengan cara promosi melalui media sosial dan media belanja online agar penyaluran ke tangan konsumen lebih optimal.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alma, Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 5. Bandung: CV Alfabeta
- Assuari, Sofyan. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesatu, Cetakan Kesembilan. Jakarta: Raja Grafindo
- Boyd, 2004. *Era Baru Manajemen*. Edisi 1 dan 2. Jakarta
- Kotler, Amstrong. 2000. *Manajemen Pemasaran*. The Melenium Edition. New Jersey
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama