

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN – SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran dalam membangun loyalitas pelanggan di CV Palem Craft Jogja, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Iklan Media Massa dan Internet

- a. Secara rutin menampilkan iklan pada majalah *Handycraft*, yang dimuat satu tahun sekali pada edisi bulan September/Oktober, untuk menjangkau komunitas penyuka *handycraft* klasik/natural terutama yang berasal dari luar kota Yogyakarta serta menjangkau pasar *export*.
- b. Secara rutin menampilkan iklan pada tabloid Jogja AD menjelang pergantian tahun dan hari raya Idul Fitri untuk menjangkau pasar lokal.
- c. Secara rutin menampilkan iklan melalui media internet yaitu melalui website www.yogyes.com untuk menjangkau pasar lokal dan pasar internasional.

2. Potongan Harga

CV Palem Craft Jogja memberikan *discount* yang didiskusikan pada saat negosiasi berlangsung. Besar *discount* tersebut antara 2.5% sampai dengan 5%, tergantung dari volume transaksi. Jika *buyer* melakukan pembelian *full container* maka *discount* yang diberikan bisa mencapai 5%

3. Pameran

Penjualan pribadi yang dilakukan oleh CV Palem Craft Jogja adalah melalui pameran yang diikuti secara rutin di dalam negeri dan mengikuti pameran (berdasarkan undangan) yang diadakan di luar negeri.

a. Pameran rutin:

1. IFFINA (*International Furniture and Craft Fair Indonesia*)

Diadakan setiap bulan Maret, berlokasi di JIExpo, Kemayoran, Jakarta, merupakan pameran produk ekspor.

2. INACRAFT

Diadakan setiap bulan April, berlokasi di JHCC, Senayan, Jakarta, merupakan pameran produk lokal.

3. TEI (*Trade Export Indonesia*)

Diadakan setiap bulan Oktober, berlokasi di JIExpo, Kemayoran, Jakarta, merupakan pameran produk ekspor.

b. Pameran insidental di luar negeri:

1. Pameran diadakan pada bulan Mei tahun 2009, berlokasi di Shenzhen, China.

4. Pemasaran Melalui Website dan E-mail

Dalam pemasaran langsung CV Palem Craft Jogja menggunakan website dan e-mail yaitu:

- a. www.palemcraft.com
- b. palemcraft@idola.net.id

Pada website tersebut CV Palem Craft Jogja mempromosikan produk-produknya dengan menampilkan profil perusahaan dan gambar/foto-foto hasil produksinya.

Sedangkan melalui e-mail, CV Palem Craft Jogja juga dapat berkomunikasi dengan pembeli yang akan melakukan pembelian tanpa bertemu langsung.

5. Kategori Pembeli

CV Palem Craft Jogja memiliki *customer* dari dalam maupun luar negeri.

a. Pembeli Mancanegara

Pelanggan (*customer*) dari mancanegara tersebut sebagian besar adalah distributor yang mencari barang untuk dijual kembali di negara mereka. Pasar potensial penjualan produk CV Palem Craft Jogja di Eropa antara lain adalah Spanyol, Italy, Prancis, dan Jerman. Menyusul kemudian pasar Australia. Untuk pasar Asia seperti Malaysia, China, Singapura, dan Timur Tengah.

b. Pembeli Lokal

1. *Trading Company*

Perusahaan yang tidak memproduksi sendiri barang yang dijual (*non factory*). Pembeli lokal jenis ini adalah perusahaan ekspor yang biasanya

membeli barang dengan tujuan untuk dijual kembali atau di *export* ke luar negeri.

2. Distributor

Distributor lokal biasanya memiliki galeri atau *showroom* di luar kota Yogyakarta, dan mereka membeli barang untuk dijual kembali.

3. *Retail*

Penjualan bijian atau eceran (bukan sistem distributor dengan penjualan minimal kuantitas).

4. Pengguna Akhir (*end user*)

Pembeli membeli barang untuk dipakai sendiri dan tidak dijual

6. Data Pelanggan

Adapun data pelanggan CV Palem Craft Jogja dari tahun 2005 sampai dengan 2010:

Daftar pelanggan CV Palem Craft Jogja 2005-2010

NO	COMPANY	COUNTRY
1	Paul Neuhaus	Germany
2	Nice & Solid Decoration	Bangkok
3	GALA ziraat seracilik o.e	Turkey
4	WOHLERS	Australia
5	RIKAN General Trading L.L.C	Dubai
6	AZIATIKA	Los Angeles
7	POCO SERVICE	Germany
8	Gift IT	Australia
9	The United Furniture Group	Dubai UAE
10	AL GAMIL GENERAL TRADING	Dubai UAE
11	ROYAL PALACE GROUP	Dubai UAE
12	GEORGES MATTA CO.	Lebanon
13	HOME CENTRE	Dubai UAE
14	U Nik	Singapore
15	ART HOME	Bulgaria
16	NRT Cascadia Home Product Sdn Bhd	Malaysia
17	ROYAL TRADING	Egypt
18	STONES srl/ MATTIOLILINE	Italy
19	TEX LINE ASSOCIATES PTE LTD	Singapore
20	AUCHAN	France
21	NEPAL SHOP	Colombia
22	Patrice Germain	Korea
23	Sergey Dubrovsky	Russia
24	J.I.G (Sandra Johnson)	United Kingdom
25	INDO NERA	South Africa
26	PONTINA MOBILI S.R.L.	Italy
27	SHANGHAI LEO'S FURNITURE CO.,LTD	Shanghai China
28	CAFOM	France
29	ARTISAN S.L.	Spain
30	BOMBAY	Argentina
31	IXIA REGAL S A	Spain

32	RIPLEY S.A.	Chile
33	LA COSTERA S.L.	Spain
34	ROMIMEX WORLD, S.L.	Spain
35	VALENCIA RATTAN, S.A.	Spain
36	TOYS AND TOYS	Amman, Jordan
37	IL CESTO import s.r.l.	Spain
38	RIVELLI TAMPLAS	Turkey
39	TUTTO PER TUTTI D.O.O	Serbia Montenergo
40	SELEKTID TRADE LTD	Bulgaria
41	LA CASA UNIVERSAL A.S.	Turkey
42	Selectid Trade Ltd	Bulgaria
43	ATHENS IMPORT AND EXPORT, INC.	VENEZUELA
44	BARABAS	Belgium
45	MAGIC SUN (H.K) CO.LTD.	Italy
46	ATHENS IMPORT AND EXPORT, INC.	VENEZUELA
47	Santiago Pons Llobat, s.a.	Spain
48	Vista Company Ltd	Kazakhstan
49	Yoni Art	Singapore
50	EVIGRI S.A.	ATHENS-GREECE 153 54
51	INTERSTYLE bvba	Belgium
52	GREEG	Poland
53	Ribella Wooden Furniture	Lebanon
54	BALI HOUSE (PANAMA R.P OF PANE)	Panama
55	HACHEM TRADING	Syiria
56	PT ANUSHKAA EXPORT INDONESIA	Jakarta
57	PT. BALI EXPORT MEBEL	Semarang
58	PT. ASTA INDONESIA	Surabaya
59	TRANS MART GROUP LTD.	Jakarta
60	SOURCING ASIA PT	Bali

B. Saran – saran

Meskipun strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh CV Palem Craft Jogja telah berjalan dengan baik namun persaingan yang semakin ketat menuntut pengembangan dan perbaikan kualitas disemua lini perusahaan. Oleh karena itu disarankan pada manajemen CV Palem Craft Jogja untuk melakukan hal-hal berikut:

1. Aktif mengikuti forum-forum yang dapat memberikan informasi untuk perluasan jaringan guna menjangkau calon konsumen potensial.
2. Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan sumber daya manusia CV Palem Craft Jogja dalam hal desain produk.
3. Mengembangkan ketrampilan dan meningkatkan sumber daya CV Palem Craft Jogja dalam bidang *service quality*. Dengan demikian semua saran, keluhan ataupun *feedback* dari pelanggan maupun calon pelanggan dapat direspon dengan lebih cepat karena terdapat perbedaan zona waktu antara Indonesia dengan luar negeri.
4. Melakukan *maintaining* terhadap pelanggan dengan cara mengirimkan informasi apabila CV Palem Craft Jogja mengeluarkan produk baru atau