# BAB V

# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan penulis sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Market Share* (Pangsa pasar) UD Agung saat ini mengalami penurunan yang disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya yaitu perusahaan yang menjadi klien mengurangi jumlah produksi untuk usahanya, perusahaan jatuh pailit dan juga terdapat beberapa klien yang sudah memiliki kendaraan sendiri untuk mengangkut barangnya ke gudang sehingga UD Agung tidak dapat mengirimkan barang ke gudang penyimpanan. Penurunan jumlah pelanggan yang terjadi pada tahun 2015 ini membuat UD Agung bekerja lebih ekstra untuk mendapatkan pelanggan baru.
2. Strategi dalam meningkatkan *market share* di UD Agung Gresik tidak melakukan kegiatan promosi khusus, seperti membuat *pamflet, leaflet,* membuat iklan, dan sebagainya. Dalam kegiatan promosinya UD Agung hanya melakukan promosi dari lisan ke lisan, mempertahankan kepercayaan pelanggan (*trust*) dan menjaga komitmen yang telah dibina dengan pelanggan setia selama bertahun-tahun. Selain itu juga ketepatan waktu dalam mengirimkan barang kepada pelanggan menjadi salah satu cara untuk mempertahankan pelanggan.



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## B. Saran

Dengan terselesaikannya penulisan skripsi ini, beberapa saran yang dapat diajukan penulis berkaitan dengan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Dalam memperluas pangsa pasanya UD Agung diharapkan tetap mampu mempertahankan pangsa pasar yang ada saat ini. Pemilik UD Agung harus memimpin industri dalam mengembangkan usahanya dan memberikan layanan terbaik bagi pelanggan. Pemilik UD Agung diharapkan mampu berfikir kreatif dan inovatif dalam memuaskan kebutuhan pelanggan. Selain itu juga pemilik UD Agung harus mempertimbangkan secara seksama wilayah mana yang harus dipertahankan.
2. UD Agung diharapkan dapat melakukan kegiatan promosi yang tepat agar perusahaan-perusahaan lain dapat tertarik untuk melakukan kerja sama dengan UD Agung, seperti membuat iklan, *leaflet*, *pamflet*, dan sebagainya. Kegiatan promosi tersebut dapat memperkenalkan jasa angkutan yang dijalankan oleh UD Agung kepada perusahaan lain. Selain itu juga UD Agung diharapkan mampu menganalisis pesaing yang dapat mengancam kedudukan perusahaan, dan menetapkan strategi khusus untuk menentukan posisinya di pasar, yakni sebagai penceruk pasar (*market nicher*).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id