

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan hasil penelitian tentang “Penggunaan Strategi *3D Marketing* dan *Power Branding* dalam Meningkatkan Penjualan pada *Brand Locked Target* Kabupaten Kudus” sebagai berikut :

1. Strategi yang dilakukan oleh *Locked Target* dalam meningkatkan penjualannya menggunakan strategi *3D Marketing* dan *Power Branding* sudah cukup baik. Adapun penerapan strateginya yaitu melakukan pemasaran dan *branding* melalui komunitas *graffiti* dimana sudah adanya ranah dan ekosistemnya pun sudah stabil sehingga *marketnya* pun ada. Jadi, *Locked Target* tanpa harus bingung menjual produk-produknya dimana, karena sudah ada target dan segmentasinya.
2. Kendala dalam menerapkan strategi *3D Marketing* dan *Power Branding* pada *Locked Target* yaitu permasalahan penggunaan *E-commerce* yang belum optimal, pembuatan konten yang kurang menarik, kendala yang tidak terduga, persaingan harga dan kualitas, dan juga pembajakan. *Locked Target* akan dapat berkembang dengan sangat baik bila bisa melewati kendala-kendala tersebut. Tidak mudah untuk melewatinya karena butuh banyak sekali proses-proses yang harus dilakukan *Locked Target* agar menjadi *brand* yang sangat terkenal khususnya di Kabupaten Kudus.
3. Solusi yang dapat diberikan untuk mengatasi kendala penerapan strategi *3D Marketing* dan *Power Branding* dalam meningkatkan penjualan pada *Brand Locked Target*. Dalam mengatasi permasalahan *Locked Target* yaitu dengan selalu mengamati tren yang ada di media sosial, pembuatan konten yang menarik, strategi inovatif untuk mencegah resiko kendala tak terduga, penentuan segmentasi dan target pasar agar tidak kalah persaingan, dan penggunaan *watermark* untuk melindungi hak cipta karya dari pencurian illegal.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil

penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Untuk pemilik *Locked Target* disarankan untuk tetap berusaha meningkatkan kualitas dan karya-karya terbaru dengan desain yang target pasarnya memiliki jangkauan yang lebih luas. Pembuatan konten yang menarik perhatian juga dapat meningkatkan nilai dari *Locked Target* sehingga penjualan dari *Locked Target* akan terus naik.

2. Bagi Masyarakat

Semoga penelitian ini dapat membantu masyarakat dalam mengembangkan UMKM nya dengan menggunakan strategi *3D Marketing* dan *Power Branding*. Dengan menggunakan 2 strategi tersebut memudahkan untuk mengetahui pasar dari segi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini peneliti menggunakan teori *3D Marketing* dan *Power Branding* pada *Locked Target*. Sehingga peneliti menyarankan menggunakan teori yang lain agar membantu *Locked Target* dalam melakukan pemasarannya.

