BAB V

PENUTUP

A. Temuan

Berdasarkan fokus penelitian, deskripsi data dan interpretasi data penelitian menyimpulkan bahwa upaya branding dan saluran distribusi PT Sinergi Sejuta Usmik adalah sebagai berikut :

1. Saluran distribusi

   Dengan membangun saluran distribusi yang bagus maka dengan mudah produk dari UMKM akan menyebar dengan mudah sesuai dengan apa yang para pelaku UMKM harapkan dan juga sesuai dengan apa yang perusahaan inginkan.

2. Branding

   Untuk memperkenalkan produk UMKM yang sangat minim pemasaran maka tidak harus berfokus pada Pos Indonesia yang sekiranya sangat minim sekali pengunjung, melakukan kerja sama dengan berbagai pihak dan berbagai perusahaan yang sangat menjanjikan akan membuat PT Sinergi Sejuta Usmik cepat di kenal oleh masyarakat luas.

B. Implikasi

Berdasar pada temuan yang telah disampaikan diatas, maka dapat sampaikan implikasi yang dapat diambil sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan telah sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan ide kepada perusahaan lain yang baru menjalankan usaha dalam memilih saluran distribusi dan upaya branding, dapat mencontoh kebijakan yang dilakukan PT Sinergi Sejuta Usmik dalam menjalankan perusahaannya.

C. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatasa, maka penulis memberikan beberapa rekomendasi yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Di harapkan agar bisa membahas lebih jauh dan lebih detail lagi pembahasan untuk distributor terlebih distributor untuk produk UMKM yang sangat membutuhkan bantuan terlebih dengan pemasarannya.

2. Bagi peneliti

Selanjutnya bisa dengan luas membahas apa yang telah di fokuskan untuk penelitian dan mengetahui bagaimana cara membangun saluran distribusi serta melakukan branding agar di kenal oleh masyarakat luas.

3. Bagi Pemerintah

Bagi pemerintah, khususnya Dinas Koperasi dan pembina UKM setempat yang menangani dan mengelola para UKM memberikan solusi pasti bagi keberlangsungan para pelaku UMKM. Terutama solusi yang menyangkut langkah pendistribusian dan juga pemasarannya agar dapat memasarkan produknya tidak hanya di satu wilayah saja melainkan keluar pulau bahkan bisa ekspor.

4. Bagi Pelaku Usaha Distributor

Mereka harus memaksimalkan dan memperbaiki konsep mereka, karena dizaman sekarang juga sudah banyak yang melakukan penjualan melalui online, dengan menggunakan sosial media juga sudah dapat melakukan branding dan membangun saluran distribusi yang di harapkan. Diharapkan produk-produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM dapat terus bertahan dan tetap dicintai oleh semua lapisan masyarakat.

D. Kesimpulan

Untuk membangun branding dan membangun saluran distribusi tidak hanya selalu bekerja sama dengan satu atau dua perusahaan yang sudah di kenal oleh masayrakat, namun juga berbagai perusahaan yang dapat membuat produk UMKM yang di pasarkan oleh PT Sinergi Sejuta Usmik bisa terjual dan produk dari masing-masing UMKM bisa di kenal luas oleh seluruh lapisan masyarakat. Sehingga perusahaan perlu bekerja semakin keras dan giat agar image atau brand yang di dapat oleh masyarakat semakin baik dan semakin meluas.