

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan bahwa: Strategi *Co-working* yang dilakukan oleh UKM Felda *Collection* merupakan salah satu cara yang tepat dalam meningkatkan penjualannya, hal tersebut dapat di paparkan sebagai berikut :

1. Pada tahun 2016 UKM Felda *Collection* didirikan dengan bergabung di Diskoperindag dan membuat brand sendiri dengan nama Felda *Collection*
2. Produk yang dijual oleh UKM Felda terbagi menjadi beberapa produk diantaranya mukena dan kerudung yang diproduksi sendiri oleh UKM Felda yang diberi brand Felda *Collection*.
3. Seiring berjalannya waktu UKM Felda *Collection* mengalami beberapa penurunan dan kenaikan omset yang kurang stabil
4. Di tahun 2018 UKM Felda *Collection* membuat Strategi *Co-working* dengan bergabung di dalam Komunitas IWP untuk meningkatkan omset penjualan produk dengan mengenalkan brandnya di masyarakat yang lebih luas
5. Ditahun yang sama UKM Felda *Collection* mengalami peningkatan omset yang sangat signifikan dibandingkan sebelum bergabung dengan komunitas IWP.
6. Dengan dilakukannya strategi *Co-working* yang tepat oleh UKM Felda, maka keuntungan yang diterima oleh UKM Felda adalah peningkatan omset yang sangat tinggi.

## 5.2 Saran

1. Untuk lebih mengenalkan produk disarankan UKM Felda berperan aktif dalam memasarkan produknya secara online melalui media social.
2. Untuk promosi produk dapat mencari model dengan memberikan endorse kepada model selebgram atau youtuber guna untuk mengenalkan produknya secara luas.
3. Untuk penjualan secara offline disarankan UKM Felda membuat acara atau event untuk memperkenalkan produknya.
4. Membuat member dan memberi diskon kepada konsumen.membuka reseller dan dropship.
5. Untuk kedepannya UKM Felda *Collection* disarankan untuk lebih mengembangkan produknya lagi, bukan hanya kerudung dan mukenah namun bisa menambah produknya, misalnya membuat baju busana muslim, sajadah, dan accessories muslim lainnya.