BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian pada usaha krupuk rambak UD. Intan Jaya mengenai strategi pemasaran yang digunakan dengan tujuan mendapatkan keunggulan dalam memasarkan produknya dan mempertahankan pasarnya dalam persaingan bisnis. Strategi yang digunakan meliputi:

1. Pertama, strategi produk yang mana dalam hal ini UD. Intan Jaya mengutamakan kualitas krupuk rambaknya dan menggunakan tiga varian produk. Strategi ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan pasar konsumen dan pelanggan krupuk rambak UD. Intan Jaya.
2. Kedua, strategi promosi, UD. Intan Jaya aktif dalam promosi produknya ke *event-event* dalam kota maupun luar kota dan UMKM. Intan Jaya juga aktif menggunakan sosial media dalam memasarkan produknya, yaitu *whatsap, facebook, dan instagram*. Disamping itu, Intan Jaya juga menggunakan aplikasi *grab food* untuk memperlancar usahanya.
3. Ketiga, strategi harga yang ditetapkan oleh UD. Intan Jaya sudah ditetapkan sesuai dengan kalkulasi laba bersih yang akan diambil, sesuai kualitas yang diberikan. Walaupun harga krupuk rambak di

UD. Intan Jaya sedikit lebih tinggi dari pada kompetitornya di wilayah Tulungagung, bukan berarti Intan Jaya ingin memperoleh keuntungan yang lebih tinggi melainkan untuk mengantisipasi jika suatu saat harga bahan baku naik, terutama mempertahankan kualitas yang diberikan. Proses penetapan harga produk rambak di UD. Intan Jaya ditentukan berdasarkan biaya produksi, bahan baku, tenaga kerja, pengemasan, biaya transportasi, listrik dan proses produksi rambak

4. Keempat, strategi tempat/saluran distribusi yang mana UD. Intan Jaya mempunyai dua outlet yang strategis di wilayah kabupaten Tulungagung. Outlet pertama terletak dipusat perbelanjaan oleh-oleh selatan stasiun Tulungagung, yang merupakan lokasi tempat lalu lalang masyarakat. Outlet kedua berlokasi di Desa Bolo, outlet kedua menonjolkan kenyamanan bagi pengunjung karena memiliki parkir yang luas serta tempat yang cukup mewah.

Strategi UD. Intan Jaya dalam menghadapi persaingan bisnis yaitu dengan menjaga kualitas dari produk, menggunakan cara Islam dan tidak menggunakan cara curang. Perusahaan tersebut menyikapinya dengan cara mengutamakan kualitas produknya dalam menghadapi persaingan bisnis. Menurut pemilik perusahaan tersebut, kualitas lah yang berbicara dalam menghadapi persaingan bisnis.

Strategi pemasaran krupuk rambak dan persaingan bisnis UD. Intan Jaya ditinjau dari etika bisnis Islam. Strategi-srategi yang telah dilakukan oleh UD. Intan Jaya dalam menghadapi persaingan bisnis telah sesuai dengan etika bisnis

Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan menerapkan prinsip jujur, amanah, adil serta mengupayakan ketersediaan produk dengan selalau menjaga kualitas krupruk rambak tanpa ada maksud merugikan pihak lain, serta harga yang tercipta sesuai dengan kualitas yang diberikan.

B. Saran

Sebelum peneliti akhiri, peneliti ingin menyampaikan beberapa hal sebagai saran yang tentunya berhubungan dengan permasalahan yang menjadi pembahasan ini, yaitu:

1. Untuk menjaga serta meningkatkan kualitas barang yang diperjual belikan agar selalu terjaga kepercayaan loyalitas konsumen dapat berkelanjutan sehingga dapat meningkat ekonomi masyarakat yang bergerak dalam perdagangan krupuk rambak di wilayah Tulungagung.
2. Dapat selalu menumbuhkan prinsip bisnis bersaing yang sehat dan tidak saling menjatuhkan dan terciptanya ekonomi bisnis yang berlandaskan Islam.
3. Membuat kontak saran bagi konsumen sehingga bisa menjadi jembatan antara konsumen dan toko agar konsumen dapat menyampaikan kritik dan sarannya untuk dapat ditinjau lebih lanjut oleh manajemen UD. Intan Jaya.