

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil penelitian mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing usaha pada industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek dapat disimpulkan bahwa :

##### **1. Segmentasi Pasar**

Strategi segmentasi pasar yang dilakukan oleh industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek dengan membagi segmen pasar berdasarkan letak geografis agen yang dimiliki, lalu berdasarkan segmen demografis dengan penjualan produk ditujukan untuk masyarakat secara umum, berdasarkan segmen psikografis dengan menjangkau kalangan masyarakat menengah kebawah dengan kualitas produk yang tetap terjaga, serta berdasarkan segmen tingkah laku dalam melihat reaksi konsumen dengan menerapkan strategi dimana es drop yang dihasilkan dibuat menggunakan bahan baku yang alami.

##### **2. Target Pasar**

Industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek memilih pasar sasaran yang terbagi menjadi wilayah pinggiran untuk UD. Cita Rasa, dan wilayah perkotaan untuk UD. Sari Kelapa. Daerah pinggiran sebagai tujuan pemasaran adalah karena jangkauan harga produk bagi kalangan masyarakat menengah kebawah dan melihat dari sisi persaingan

untuk wilayah pinggiran belum begitu ketat seperti di wilayah perkotaan. Daerah perkotaan sebagai tujuan pemasaran adalah karena dari segi penjualannya sendiri lebih rutin jika dibandingkan dengan di desa tempat perusahaan melakukan produksi.

### 3. Posisi Pasar

Penerapan strategi posisi pasar pada industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek, agar produk dapat menempati posisi kompetitif adalah dengan menciptakan produk yang memiliki harga terjangkau sesuai masyarakat menengah kebawah serta tetap memberikan produk dengan kualitas terbaik demi menjaga kepercayaan konsumen terhadap es drop.

### 4. Bauran Pemasaran

Industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek dalam meningkatkan daya saing usaha melalui strategi produk diantaranya memproduksi es drop dengan berbagai pilihan rasa. Penggunaan *brand*/merek produk dengan nama perusahaan masing-masing yaitu Es Drop Cita Rasa dan Es drop Sari Kelapa. Kemasan produk pada es drop Cita Rasa terdiri dari 2 jenis yaitu kemasan plastik transparan dan kemasan plastik seperti kemasan es krim, sedangkan pada es drop Sari Kelapa memiliki 3 jenis kemasan yaitu kemasan plastik transparan, kemasan plastik berwarna putih, dan kemasan plastik seperti es krim dimana semua jenis kemasan menonjolkan ciri khasnya pada masing-masing perusahaan.

Industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek memberikan beberapa pilihan harga yang sangat terjangkau oleh masyarakat mulai dari harga Rp 1000, Rp 1500, dan Rp 2000. Strategi promosi oleh UD. Cita Rasa menggunakan media sosial berupa facebook, akan tetapi untuk saat ini promosi melalui facebook kurang begitu maksimal karena keterbatasan pengusaha dalam menggunakan teknologi. Promosi kebanyakan justru dari mulut ke mulut, antar agen, antar konsumen, sedangkan pada UD. Sari Kelapa promosi dilakukan melalui keikutsertaan perusahaan dalam menyponsori acara-acara, seperti expo dan acara-acara musik lokal.

Strategi distribusi produk pada industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek dengan memilih agen, kemudian agen menjalankan kegiatan perdagangan besar dimana sasaran penjualannya adalah pedagang ecer. Pemenuhan sumber daya manusia yakni karyawan yang dipekerjakan di dalam perusahaan diambil dari masyarakat sekitar, dimana UD. Cita Rasa memiliki 7 orang karyawan yang dibagi berdasarkan tugasnya dibagian dapur, produksi, dan pemasaran, sedangkan UD. Sari Kelapa memiliki 4 orang karyawan yang ditugaskan dibagian produksi.

Strategi bukti fisik, industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek memiliki gedung sebagai tempat untuk produksi es drop, mesin produksi es drop, serta kendaraan pengiriman. Letak perusahaan UD. Cita Rasa maupun UD. Sari Kelapa juga sangat ditunjang oleh ketersediaan bahan baku yang melimpah. Strategi proses selanjutnya digunakan untuk

merubah bahan-bahan mentah menjadi produk es drop. industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek menggunakan bahan baku yang alami demi menjaga kualitas produk, dimana semua bahan diolah secara higienis dan tanpa menggunakan bahan pengawet.

#### 5. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha

Analisis SWOT strategi pemasaran industri es drop di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek kedua matrik IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa industri ini berada pada posisi sel I yang menjelaskan bahwa usaha ini memiliki peluang lingkungan dan kekuatan yang mendorong dimanfaatkannya peluang yang ada. Situasi ini menyarankan strategi yang berorientasi pada pertumbuhan atau agresif dengan menggunakan strategi SO.

Strategi SO yang dapat digunakan oleh industri es drop UD. Cita Rasa di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek adalah memanfaatkan ketersediaan bahan baku yang ada secara optimal untuk menjaga kualitas produk, menambah jumlah agen maupun tenaga pengecer guna memperluas jaringan pemasaran di beberapa wilayah lainnya, menciptakan variasi rasa terbaru, mengintensifkan promosi pada pasar yang dituju, dan rutin melakukan inovasi produk agar minat konsumen terhadap produk tetap terjaga.

Strategi SO yang dapat digunakan oleh industri es drop UD. Sari Kelapa di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek adalah memanfaatkan

ketersediaan bahan baku secara optimal dengan rasa alami kelapa sebagai ciri khas produknya, memperluas area pemasaran melalui penambahan jumlah agen maupun tenaga pengecer, harga produk yang terjangkau untuk menjangkau konsumen lebih luas, mengintensifkan promosi melalui keikutsertaan perusahaan dalam menyponsori even-even tertentu, serta menjaga kualitas produk yang ditawarkan.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Akademik**

Dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi perpustakaan sebagai bahan acuan bagi penelitian yang akan datang, juga sebagai bahan untuk meningkatkan kualitas jurnal dan juga karya ilmiah bagi semua mahasiswa.

### **2. Bagi Pihak Perusahaan**

Pelaku usaha seharusnya lebih memperluas jaringannya kepada agen-agen di beberapa wilayah lainnya sehingga permintaan akan produk es drop ini dapat meningkat daripada sebelumnya. Promosi yang digunakan pun juga perlu ditingkatkan melalui pemanfaatan teknologi yang ada, disamping itu para agen diharapkan selain menjadi penyalur produk juga sekaligus dapat mempromosikan produk kepada konsumen. Inovasi dari produk juga perlu diperhatikan karena di era sekarang banyaknya jumlah industri es yang lain membuat tingkat persaingan semakin tinggi.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat dikembangkan lagi supaya hasil penelitian bisa lebih banyak memberikan keuntungan dan juga meningkatkan pengetahuan mengenai strategi pemasaran baik secara umum maupun secara syariah.