

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian diatas mengenai strategi bauran pemasaran dalam pengembangan produk kerajinan tempurung kelapa di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar (menurut perspektif Ekonomi Islam), dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran di kerajinan tempurung kelapa adalah :

1. Strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh kerajinan tempurung kelapa yaitu produk yang dijual dikerajinan tempurung kelapa ada macam-macam seperti kalung, gelang, gantungan kunci, bross, cangkir, tas berbagai ukuran, dompet dan tempat lampu. Dengan adanya varian produk kerajinan tempurung kelapa ini bertujuan untuk memenuhi permintaan pasar. Produk yang ditawarkan oleh kerajinan tempurung kelapa merupakan produk yang bermutu dan berkualitas baik. Dalam menetapkan harga sesuai dengan kualitas produk. Strategi promosi yang dilakukan kerajinan tempurung kelapa adalah dengan menggunakan media sosial dan mengikuti bazar-bazar yang ada serta dari mulut kemulut. Lokasi toko kerajinan tempurung kelapa berada di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar.

2. Faktor pendukung dalam penerapan strategi bauran pemasaran produk kerajinan tempurung kelapa.

Pendukung dalam strategi produk yaitu produk kerajinan tempurung kelapa mempunyai keunikan tersendiri, ciri khas seperti ukiran. Produk ini berasal dari kota Blitar. Produk kerajinan tempurung kelapa mempunyai stok banyak sehingga dapat memenuhi permintaan pelanggan atau distributor yang memesannya. Harga yaitu dengan cara menekan biaya produksi kerajinan tempurung kelapa dapat menentukan harga kerajinannya lebih murah dibandingkan yang lain seperti mulai dari penggunaan listrik, penggunaan karyawan yang lebih efektif, dan transportasi bahan baku lebih dekat. Dari segi promosi kerajinan tempurung kelapa menggunakan medsos seperti mengunggah foto-foto di facebook, ig dan webseet. Startegi tempat kerajinan tempurung kelapa tempat produksinya berada dikota, tempat tokonya memiliki keunikan yang berbetuk rumah gedung jawa.

3. Faktor penghambat dalam penerapan strategi bauran pemasaran produk kerajinan tempurung kelapa.

Penghambat dalam strategi produk yaitu ketika bahan tambahan menjadi langka, produk kerajinan ini lebih berat dibandingkan produk lain, tenaga kerjanya kurang memadai. penghambat dalam menetapkan strategi harga yaitu ketika harga barangnya mahal barangnya tidak laku sehingga kurang diminati pelanggan dan memunculkan pesaing lain dari produk yang sama hari yang berbeda. Ketika harga barang terlalu murah

pelanggan beranggapan produk tersebut memiliki kualitas yang rendah. Penghambat dalam strategi promosi yaitu pada saat promosi menggunakan mulut kemulut, untuk penjualan online belum mempunyai admin online yang khusus menangani online, untuk penjualan offline belum bisa menyediakan barang dengan jumlah banyak dan pada musim liburan tidak bisa memenuhi target. Penghambat dalam strategi tempat yaitu tempat penjualan produknya jauh dari tempat wisata dan tempat untuk produksinya kurang luas.

## **B. Saran**

### 1. Bagi pihak Akademis

Untuk bisa dijadikan referensi dan informasi tentang strategi bauran pemasaran dalam pengembangan produk kerajinan tempurung kelapa.

### 2. Bagi kerajinan tempurung kelapa

Penelitian ini diharapkan berguna bagi usaha kerajinan tempurung kelapa sebagai bahan pengambilan keputusan dibidang manajemen pemasaran dalam pengembangan produk. Penelitian yang saya lakukan dikerajinan tempurung kelapa ini mengenai tentang strategi bauran pemasaran dalam pengembangan produk sudah sangat bagus dan harus dipertahankan dan juga ditingkatkan lagi.

### 3. Bagi peneliti yang akan datang

Untuk penelitian yang akan datang bisa dijadikan salah satu referensi dan sumber informasi dan sarana untuk meneliti dalam kajian yang sama tetapi beda variabel yang akan dikaji.