

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

- 1) Bauran pemasaran yang diterapkan oleh UD Rara dalam perspektif ekonomi Islam

Strategi yang telah digunakan oleh UD Rara pada proses pemasaran yaitu product, price, place, promotion, people, process, physical evidence. Dari ketujuh kegiatan tersebut semuanya sangat penting untuk dilakukan sehingga dapat meningkatkan omzet penjualannya. produk yang dijual UD Rara adalah tempe keripik yang memiliki dua varian rasa yaitu original dan pedas yang menggunakan bahan-bahan berkualitas baik dan mutunya terjamin, pada kemasan produk sudah ada kejelasan barang mulai dari komposisi, tanggal kadaluarsa, merk, dan label halalnya.

UD Rara mematok harga yang sangat terjangkau untuk semua kalangan yaitu mulai harga Rp 12.500 sampai Rp 50.000. UD Rara dalam memilih tempat kurang strategis karena berada di jalur dalam, kurang dekat dengan jalan raya. UD Rara menjual produk langsung ke tangan konsumen dan yang keluar kota melalui pengecer lalu tersampaikan ke konsumen baik melalui penjualan online dengan jasa pengiriman maupun langsung disetor langsung oleh pemilik UD Rara. Dalam memperkenalkan produknya UD Rara menggunakan sarana promosi offline dan online.

Untuk yang offline promosinya melalui mulut ke mulut, sedangkan yang online menggunakan media sosial seperti whatsapp, facebook, dan instagram agar memperluas jangkauan pasarnya.

UD Rara memiliki 3 karyawan untuk ditempatkan di masing-masing bagian produksi. Alat-alat yang digunakan UD Rara untuk proses produksi sudah memadai, proses produksinya dilakukan ditempat UD Rara menjual tempe keripik (toko) serta pembeli tidak mengalami kesulitan dalam mendapatkan produk yang diinginkan. Bentuk fisik UD Rara yaitu dalam bentuk bangunan baru dan dengan penataan ruang yang strategis dan rapi. Penataan tempe keripik di rak-rak juga rapi sehingga memudahkan konsumen dalam memilih produk tempe keripik yang diinginkan.

Selain itu lahan parkirnya yang luas, pelayanan yang ramah, dan pengemasan yang rapi. Dengan menerapkan strategi bauran pemasaran 7P dapat meningkatkan omzet penjualannya dari tahun ke tahun. Dari strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan UD Rara yang paling sesuai dengan perspektif ekonomi Islam adalah unsur produk, pada kemasan keripik tempe UD Rara sudah ada keterangan dari kejelasan barangnya, seperti berat atau takarannya untuk kemasan plastik sudah jelas, komposisinya juga jelas, kadaluarsanya juga jelas dan sudah ada label halalnya udah tertera pada kemasan.

2) Dampak Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan UD Rara

Mengenai dampak strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan UD Rara, bahwa hasil pengamatan dan penelitian strategi bauran pemasaran untuk UD Rara dalam meningkatkan omzet penjualan memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positif yang didapatkan UD Rara yaitu dari segi produknya diminati banyak orang dan sudah ada PIRT. Harga jual produknya sesuai dengan kualitas produknya. Promosi melalui media sosial juga sudah mendapatkan respon baik dari para konsumen baik yang dekat maupun yang jauh, karyawannya pun juga memiliki semangat yang tinggi dalam bekerja sehingga cepat dalam melakukan produksi, dalam hal pelayanannya juga konsisten, produk yang diiklankan sesuai dengan yang dijualnya sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang didupatkannya, dari segi fisik bangunan tokonya menciptakan suasana yang menyenangkan dan penataan tokonya juga rapi.

Dampak negatif yang dirasakan UD Rara mengenai lokasi tempat jualannya berada di jalur dalam sehingga para konsumen yang belum mengetahui tempatnya akan kerepotan dalam menemukan tempatnya sehingga para konsumen lebih memilih ke toko yang berada di jalur pinggir jalan raya. Namun UD Rara dapat mensiasatinya dengan

melakukan penjualan online sehingga konsumen tidak khawatir lagi dalam melakukan pembelian produk walaupun belum mengetahui tempatnya.

Omzet yang didapatkan UD Rara setelah menerapkan bauran pemasaran 7P dari tahun ke tahun mengalami kenaikan sebesar 0,011% atau sekitar 2-4 juta pertahunnya, dan mengalami penurunan omzet penjualan pada masa pandemi yang diakibatkan terhambatnya proses pendistribusian produk, namun dapat diatasi dengan melakukan penjualan online dan produknya dikirim melalui jasa pengiriman.

3) Kendala Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Dan Solusi Yang Harus Dilakukan Oleh Ud Rara Wonorejo Gandusari Trenggalek

Setelah mengetahui data dari hasil wawancara pada UD Rara mengenai kendala yang dialami oleh UD Rara yaitu di masa pandemi ini tingkat penjualannya menurun karena terkendala proses pendistribusiannya yang diakibatkan adanya penutupan jalan, solusinya melakukan penjualan online dengan melakukan pengiriman produk melalui jasa pengiriman dan tetap melakukan penjualan namun tidak sampai keluar kota untuk penjualan yang offline.

Kendala persediaan produknya kurang jika banyak pesanan untuk hajatan, solusinya meningkatkan proses produksi dengan cara kalau biasanya setiap tiga kali sehari libur maka dibuat seminggu sekali libur.

Dan kendala munculnya pesaing baru, dimana memberikan dampak penurunan minat konsumen yang sebagian konsumen berbalik ke pesaing tersebut, solusinya membuat inovasi produk dengan menambah varian rasa pedas dan tetap mempertahankan kualitas rasa.

B. SARAN-SARAN

a) Bagi Pengusaha UD Rara

Bagi pihak pengusaha UD Rara hendaknya memperbanyak persediaan produk jika banyak hajatan agar persediaan di toko tetap ada dan tidak mengalami kekosongan. Lebih strategis lagi apabila tempat jualannya atau tokonya berada di pinggir jalan raya agar konsumen yang melewati jalur tersebut dapat mengetahuinya dan membeli produk tempe keripik ke UD Rara.

b) Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dan tambahan keilmuan dibidang ekonomi yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadikan acuan untuk meningkatkan penelitian dan pengetahuan tentang strategi bauran pemasaran UD Rara untuk meningkatkan omzet penjualan, serta memberikan wawasan tentang tema-tema yang serupa. Diharapkan juga

untuk para peneliti berikutnya untuk melebarkan penelitian kepada hal-hal yang berkaitan dengan judul supaya semakin luas pengetahuan yang di dapat.