

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dipaparkan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan keuntungan pada UD.Tenang Binangun Blitar. Dapat ditarik kesimpulan bahwa UD.Tenang memiliki beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan yaitu strategi SO,WO, ST, dan WT. Namun dari alternatif strategi-strategi tersebut berdasarkan perhitungan menggunakan matriks SWOT UD.Tenang berada pada posisi kuadran I, jadi strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi SO. Kemudian dengan perhitungan menggunakan Matriks SPACE UD.Tenang berada pada kuadran I yaitu posisi yang baik, perusahaan dalam keadaan yang kuat dan mempunyai daya saing yang baik. Strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi agresif atau strategi berkembang. UD.Tenang dapat memanfaatkan peluang yang dimiliki dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan, serta memperbaiki kelemahan yang dimiliki, seperti memanfaatkan perkembangan teknologi dengan mengadakan mesin yang lebih modern dan melakukan promosi menggunakan iklan dengan

memanfaatkan media elektronik maupun cetak, dan tetap mempertahankan produk kualitas baik serta usaha yang jujur.

2. Penerapan Strategi Pemasaran Syariah yang digunakan oleh UD. Tenang adalah: a) bersikap jujur, yaitu dibuktikan dalam menentukan harga produk, dalam menentukan harga produk UD. Tenang selalu disesuaikan oleh kondisi lapangan seperti harga bahan baku, kemudian selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik pula dengan tujuan untuk tidak menimbulkan rasa kecewa konsumen. b) tidak berbuat dzalim, yaitu dibuktikan dengan tidak pernah menetapkan harga produk dibawah harga pasar dengan tujuan supaya konsumen lebih tertarik untuk membeli di tempatnya dan akan mematikan perusahaan lain disekitar perusahaan UD. Tenang. Bapak Sailan selaku pemilik UD. Tenang selalu mengajak rundingan kepada seluruh produsen batako dan paving untuk membicarakan masalah harga ini, supaya tetap tercipta keselarasan dan kerukunan. c) keterbukaan, yaitu dibuktikan dari sifat terbuka kepada konsumen tentang kondisi produk, dengan tujuan supaya tidak menimbulkan salah paham kepada konsumen.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan UD.Tenang

Dari hasil penelitian yang telah peneliti uraikan, untuk meningkatkan keuntungan UD.Tenang dapat menerapkan strategi pengembangan seperti penetrasi pasar, dan pengembangan pasar. UD.Tenang juga dapat melakukan promosi dengan memanfaatkan media yang sudah sangat berkembang, hal tersebut supaya UD.Tenang kalah saing ditengan persaingan yang ketat antara produsen batako dan paving.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus tentang strategi pemasaran sebuah perusahaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dilanjutkan dengan menggunakan metode yang lain. Seperti menggunakan matriks BCG, dan matriks QSPM untuk mendapatkan analisis pemasaran perusahaan yang lebih lengkap dan tepat.