

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi produk di UD. Gethuk Pisang Baariklana dalam menghadapi persaingan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Strategi yang digunakan pada UD. Gethuk Pisang Baariklana yaitu bauran pemasaran salah satunya strategi produk digunakan oleh UD Gethuk Pisang Baariklana untuk meningkatkan jumlah penjualan agar usaha dapat bertahan walau saat pandemi terjadi dan dapat bersaing di pasaran. UD. Gethuk Pisang Baariklana melakukan penjualan yaitu melalui *Whatsapp*, *Facebook*, langsung di toko sendiri, dan toko pusat oleh-oleh. UD. Gethuk Pisang Baariklana memiliki sistem return apa bila kemasan rusak, lalu jika produk tersebut masih layak dijual kembali maka akan diperbaiki agar layak dijual kembali. Kualitas produk ini mengambil bahan-bahan yang berkualitas sehingga tidak ada bahan berbahaya ataupun pengawet.

Produk gethuk pisang ini memiliki rasa yang lembut, manis, dengan harganya sesuai dimana pendapatan masyarakat yang sangat sinkron , memiliki ukuran (kecil dengan rentang harga Rp.2.000, besar diberi harga Rp.5.000, besek dengan harga Rp.25.000-Rp.30.000 dan berbentuk hampers), dengan bungkus yang seperti lontong tetapi ini dengan versi kecil. Sehingga masyarakat tertarik untuk membeli, masyarakat membeli

kebanyakan adalah digunakan untuk kebutuhan sehari-hari utamanya ketika ada acara hajatan, nikahan, oleh-oleh, dan dijual kembali. UD. Gethuk Pisang Baariklana memproduksi sedikit apa bila permintaan pada konsumen sedikit. Hasil omzet penjualan meningkat setelah adanya strategi produk berjalan dengan baik. lokasi pemasaran suatu produk Gethuk pisang Baariklana ini memiliki tempat pemasaran yang strategis sehingga bisa ditemukan oleh konsumen yang ingin berkunjung untuk membeli gethuk pisang. Selain itu, alamat lokasi pemasaran juga sudah dicantumkan pada google maps dan juga dicantumkan pada label kemasan gethuk pisang.

Strategi Produk yang dilakukan oleh UD. Gethuk Pisang Baariklana merupakan strategi yang sudah sesuai dengan ekonomi islam. Didalam seluruh aspek kegiatan dan dalam memasarkan produknya, UD. Gethuk Pisang Baariklana telah menerapkan kejujuran didalamnya. Bapak Arif Budi Setiawan mengatakan bahwa inti dari usaha adalah jujur dan sabar. Didalamnya tidak boleh ada kecurangan dan unsur penipuan apapun, karena menurut beliau semua yang kita lakukan pasti akan mendapatkan balasannya kelak.

2. UD. Gethuk Pisang Baariklana adalah melalui kualitas yang baik pada produk gethuk pisang. Produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen pada UD. Gethuk Pisang Baariklana. Produk mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Dengan demikian, semakin bagus produk yang ditawarkan oleh UD.

Gethuk Pisang Baariklana, maka minat beli konsumen semakin tinggi. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD. Gethuk Pisang Baariklana merupakan strategi yang sudah sesuai dengan ekonomi islam. Dari upaya pada UD Gethuk Pisang Baariklana dalam mempertahankan usaha di masa Pandemi yaitu untuk meningkatkan minat beli pada konsumen.

Dalam meningkatkan minat beli konsumen pemasaran gethuk pisang baariklana merupakan makanan tradisional khas Kediri yang diminati oleh warga lokal maupun non-lokal, memiliki kualitas yang baik, terhindar dari zat-zat berbahaya dan harga yang diberikan sangat terjangkau. UD. Gethuk Pisang Baariklana sudah memiliki izin p-irt akan tetapi pada label tersebut tidak dicantumkan logo halal sehingga dengan adanya izin tersebut aman untuk dikonsumsi. Dengan pelayanan yang sudah diterapkan di UD. Gethuk Pisang Baariklana yaitu bisa menerapkan pelayanan yang baik, ramah, sopan dan santun kepada konsumen, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen. UD. Gethuk Pisang Baariklana selalu menerapkan kejujuran sehingga para konsumen minat untuk membeli produk tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian strategi pemasaran pada UD. Gethuk Pisang Baariklana, peneliti akan menyampaikan beberapa saran kepada gethuk pisang baariklana yakni:

1. Bagi UD Gethuk Pisang Baariklana diharapkan tetap melakukan strategi bauran pemasaran sesuai dengan yang telah dijalankan dan

mengembangkan lagi strategi-strategi pemasaran lainnya agar terjalin hubungan baik antar konsumen serta strategi bauran pemasarannya bisa berjalan lebih baik lagi.

2. Dalam meningkatkan minat beli konsumen, pemasaran jangan hanya melalui *Whatsapp*, *Facebook*, toko sendiri, dan toko pusat oleh-oleh. Tapi pemasarannya harus melalui media sosial yaitu *Instagram* atau seperti *Shopee*, *Lazada*, dan fitur digital lainnya. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan pada UD. Gethuk Pisang Baariklana. Menambah pengetahuan mengenai cara menginovasi suatu produk dengan menghasilkan produk yang unik dan berbeda dari produk lainnya, sehingga mampu menarik minat konsumen dan penjualan akan meningkat.
3. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan atau referensi kajian dalam keilmuan yang berkaitan dengan bauran pemasaran 4P. Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa dikembangkan lebih luas lagi untuk penelitian selanjutnya.