

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dari bab-bab sebelumnya dan berdasarkan yang penulis ajukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi perusahaan krupuk UD Larasati upaya dalam mengembangkan usahanya terus meningkatkan kualitas atau mutu produk, menciptakan produk baru, serta meningkatkan pelayanan secara profesional. Dalam kebijakan harga yang dilakukan UD Larasati sudah bagus sesuai dengan kebanyakan permintaan konsumen, dan selalu melakukan evaluasi atau menganalisis kembali agar dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk-produk yang ditawarkan. Sedangkan dalam meningkatkan distribusi UD Larasati memperluas jaringan saluran distribusi dan memasuki distribusi baru, serta meningkatkan usahanya dengan mendirikan cabang-cabang baru. Dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan yaitu memilih produk yang ditawarkan serta meningkatkan segmen pasar. Maka dengan pemilihan jenis produk yang dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya.

2. Strategi pemasaran UD Larasati Ngadiluwih Kediri adalah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam. Diantaranya adalah mengedepankan ta'awun atau saling menghormati, rendah hati, dan menjauhi unsur pemaksaan, menonjolkan sikap kejujuran dan kepercayaan, dan saling membantu dengan tujuan membangun kemajuan ekonomi bersama. Sehingga perusahaan dapat menjadikan perusahaan yang berbasis syariah, maka perusahaan tentunya harus berdasarkan nilai-nilai Islami dan harus dilandasi semangat ibadah kepada Allah SWT. Dan dapat memegang peranan penting untuk membentuk kepribadian perusahaan. Seperti membiasakan keterbukaan, transparansi, keadilan, dan kejujuran dalam memasarkan produknya, serta dapat membangun perusahaan yang efektif, dan efisien dalam menjalankan aktifitas kerja sehari-hari. Sehingga perusahaan mempunyai tujuan hidup yang lebih mulia yaitu mencari kebahagiaan dunia dan akhirat dengan cara menggunakan nikmat yang Allah karuniakan dengan jalan yang sebaik-baiknya.

B. Saran

Setelah penulis melakukan pembahasan tentang perusahaan krupuk UD Larasati Kediri khususnya dalam strategi pemasaran, maka penulis perlu menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perusahaan UD Larasati Kediri harus lebih meningkatkan produk yang dihasilkan dan menciptakn produk-produk baru yang mengikuti perkembangan pasar atau permintaan konsumen karena banyak persaingan

dari perusahaan lain yang profesinya sama, dan melakukan evaluasi strategi promosional.

2. Harga produk di UD Larasati sudah sesuai dengan kebanyakan permintaan konsumen, dan harus selalu melakukan evaluasi atau menganalisis kembali agar dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk-produk yang ditawarkan.
3. Distribusi pada UD Larasati Kediri harus meningkatkan usahanya dalam persaingan yang ketat agar perusahaan menjadi lebih baik dan berkembang di masa yang akan datang.
4. Promosi harus terus dilakukan agar masyarakat atau konsumen benar-benar paham dengan produk yang dihasilkan perusahaan UD Larasati. Serta promosi lebih dipertajam dengan mencari segmen pasar yang lebih dan produktif.

Akhirnya penulis hanya bisa berusaha menyampaikan apa yang bisa penulis dapatkan, sehingga banyak sekali kekurangan dalam diri penulis disebabkan keterbatasan waktu maupun pengetahuan penulis sendiri. Kritik dan saran penulis harapkan, semoga dalam penelitian penulisan karya ilmiah tentang strategi pemasaran yang dilakukan pada UD Larasati Ngadiluwih Kediri dalam tinjauan etika bisnis Islam menjadi bermanfaat, Amin.