

## BAB VI

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian diatas yang penulis lakukan berkaitan dengan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan usaha *home industry* keripik tempe ditinjau dari *syariah marketing*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Usaha *Home Industry* Keripik Tempe
  - a. Produk: mengutamakan bahan baku yang berkualitas bagus, dan menggunakan kemasan yang tebal dan berkualitas, menggunakan minyak goreng kemasan yang berkualitas, akan tetapi ada juga yang menggunakan minyak goreng campuran yaitu minyak goreng kemasan dan curah.
  - b. Harga: dalam menetapkan harga yaitu menghitung modal, harga bahan baku, dan biaya produksi.
  - c. Distribusi: dalam distribusi menggunakan distribusi langsung dan tidak langsung.
  - d. Promosi: menggunakan media sosial, dari mulut ke mulut, mengikuti bazar, dan memasang banner di depan rumah.
2. Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Usaha *Home Industry* Keripik Tempe ditinjau dari *Syariah Marketing*
  - a. *Teitis/Rabbaniyah*: dari segi kualitas produk halal, produk sebagian sudah sesuai dengan nilai teitis yaitu menggunakan bahan baku seperti

kedelai, tepung tapioka dan minyak goreng yang berkualitas, namun ada produk belum sesuai dengan teitis yaitu menggunakan minyak goreng campuran yaitu minyak goreng kemasan dan curah. Dari segi harga sesuai dengan harga pasar, dari segi distribusi jelas, dari segi mempromosikan produk atau barang dengan apa adanya, tidak melebih-lebihkan produk yang dimiliki, dan tidak menjelek-jelekkan produk pesaing lain.

- b. *Etis/Akhlakiyah*: dari segi proses produksi keripik tempe tidak curang. Dari segi menetapkan harga sebagian sudah sesuai dengan harga pasar, namun ada yang menetapkan harga di bawah harga pasar. Dari segi distribusi tidak mendistribusikan produk yang cacat dan sebagian menyalurkan produk tepat waktu, namun sebagian ada yang tidak tepat waktu dalam pengiriman jika ada pesanan. Dari segi promosi yaitu mempromosikan produknya dengan apa adanya dan tidak menipu.
- c. *Realistis/Al-Waqi'iyah*: pengusaha home industry keripik tempe tidak mengada-ngada dalam mempromosikan produknya dan sesuai kenyataan.
- d. *Humanitis/Al-Insaniyah*: sebagian sudah sesuai terwujud dari proses produksi yang tidak mengganggu masyarakat sekitar. Namun sebagian belum sesuai terwujud ada yang merugikan pesaing lain dengan membanting harga menjadi lebih murah dari harga pasaran.

Adapun etika *syariah marketer* dalam memasarkan produk ada empat hal atau biasa dikenal dengan *key success factors* yaitu:

- a. *Shiddiq*: dalam memproduksi keripik tempe tidak menggunakan bahan baku yang di oplos, namun ada yang menggunakan minyak goreng campuran yaitu minyak goreng kemasan dan curah, dalam menetapkan harga sebagian sudah sesuai dengan harga pasar, namun ada yang menjual keripik tempe dengan harga di bawah harga pasar. Dalam mempromosikan produk dengan jujur tidak melebih-lebihkan produknya dan tidak menjelek-jelekkkan produk pesaing lain.
- b. *Amanah*: kualitas produk yang dijual yaitu berkualitas bagus dan halal, dalam pendistribusian barang atau produk sebagian tepat waktu, namun ada yang mendistribusikan jika terdapat pemesanan tidak tepat waktu dalam mengirimnya, dalam mempromosikan produk menginformasikan produk sesuai keadaan barang tersebut.
- c. *Fathanah*: dalam memasarkan produk pengusaha keripik tempe tidak menjatuhkan pesaing, persaingan yang terjadi sehat. Dalam pendistribusian barang, pengusaha keripik tempe di desa Tanjungtani memiliki segmentasi pasar yang berbeda dengan pesaing
- d. *Tabligh*: dalam mempromosikan produk menyampaikannya dengan jujur ke konsumen, tidak melebih-lebihkan, dan tidak menipu. Dan dalam menawarkan atau mempromosikan produk menggunakan bahasa yang baik, sopan dan mudah dipahami, agar konsumen percaya dan tertarik untuk membeli.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan pada *home industry* keripik tempe desa Tanjuntani kecamatan Prambon kabupaten Nganjuk, sebagai berikut:

1. Untuk pengusaha keripik tempe sebaiknya tetap menjaga kualitas bahan baku yang digunakan agar penjualan terus meningkat. Dan tidak menggunakan bahan baku campuran agar kualitas keripik tempe terjamin.
2. Untuk pengusaha keripik tempe di desa Tanjuntani untuk meningkatkan penjualan sebaiknya keripik tempe juga dijual dengan kemasan kecil dengan harga Rp. 500 atau Rp. 1000,-, agar segmentasi pasar meluas.
3. Untuk pengusaha keripik tempe di desa Tanjuntani dalam distribusi sebaiknya tanggal pengiriman barang dicatat dan disesuaikan agar barang jika habis bisa langsung di kirim.
4. Untuk promosi menggunakan media sosial sebaiknya tidak hanya Facebook dan WhatsApp, akan tetapi juga menggunakan aplikasi belanja online seperti Shopee, Tokopedia, dll. Agar dapat menjangkau pasar secara luas.