

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti Usaha Kerupuk Udang Laut Sinar Lezat di Desa Jongbiru RT.001 RW.002 Kecamatan Gampengrejo Kabupaten Kediri, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

##### **1. Strategi pemasaran SinarLezat**

Strategi yang dijalankan oleh Sinar Lezat guna meningkatkan penjualan kerupuk udang laut Sinar Lezat adalah strategi bauran pemasaran dengan menggunakan 7P diantaranya *Produk, Price, Promotion, Place, People, Process, dan Physical Evidence*. Sinar Lezat sangat mengutamakan kepuasan konsumen. Walaupun tidak menyebutkan unsur-unsur syariahnya tetapi konsep syariah digunakan dimana antara penjual dan pembeli saling harus menguntungkan satu sama lain. Produk yang dijual adalah berupa makanan yaitu kerecek kerupuk udang laut. Dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Harga, kerupuk udang laut dijual dengan berbagai ragam harga dengan melihat isi kemasan, tentunya juga melihat rata-rata pesaing lainnya. Harganya sangat terjangkau murah, promosi yang dilakukan oleh Sinar Lezat dengan menggunakan promosi yang masih tradisional seperti dari mulut ke mulut. Alat-alat penunjang proses produksi sudah memadai. Pada kemasan kerupuk belum tertera label halal, berat takaran, kadaluarsa dan komposisi secara jelas. Tetapi keamanan konsumsinya sudah tercatat pada Dinas

Kesehatan. 7P adalah strategi yang dapat mempengaruhi persepsi pembeli dan aspek ini sangat perlu diperhatikan karena terjun langsung ke konsumen.

## **2. Peran bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan di usaha kerupuk Sinar Lezat Desa Jongbiru Kecamatan Gampenrejo Kabupaten Kediri.**

Sejauh ini pemasaran dilakukan semaksimal mungkin, hal ini dapat dilihat dari data penjualan yang setiap tahunnya meningkat. Peran strategi terdapat 7 unsur dalam strategi bauran pemasaran yaitu dengan memperhatikan kualitas produk, produk yang selalu terjaga kualitas, harga yang relatif terjangkau walaupun tidak tertera berat takaran pada kemasan ini sangat tidak berpengaruh terhadap persepsi konsumen. Peran strategi pemasaran sangat berpengaruh, terbukti dari tahun ketahun meningkatnya jumlah produksi Sinar lezat. Dari data penjualan tahun 2019 sampai ke 2020 mengalami kenaikan 11%, lalu 2020 sampai ke 2021 mengalami kenaikan 50%. Walaupun 2021 ini adalah tahun pandemi karena adanya Covid'19, secara teori seharusnya pada masa pandemi mengalami penurunan produksi, tetapi kenyataannya masa pandemi tetapi bisa eksis dan justru meningkat permintaan produksi dan penjualannya. Dan walaupun strategi pemasarannya masih jadul atau masih menggunakan promosi yang masih tradisional sampai saat ini masih laku dan masih bertahan di masa modern ini. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Sinar Lezat mampu bersaing dengan perusahaan lain dan meningkatkan penjualan serta keuntungan perusahaan.

### **B. Saran**

- a. Bagi Pemilik Usaha Kerupuk Udang Laut Sinar Lezat

Setelah melakukan penelitian dan menganalisis peneliti memberikan saran kepada pemilik dan pengelola usaha kerupuk Sinar Lezat untuk selalu menjaga kualitas dan lebih memaksimalkan promosi dengan cara modern seperti penjualan online promosi gencar lewat online ini akan lebih meningkatkan penjualan, memperoleh konsumen dengan jumlah besar dan pendapatan. Serta meningkatkan perbaikan fasilitas fisik khususnya label halal, berat takaran, tanggal kadaluarsa dan komposisi pada kemasan yang mana ini juga dapat mendukung untuk membangun brand image pada kerupuk Sinar Lezat. Dan mengupayakan membuat mesin pengering untuk minimalisir gagal produksi ketika musim hujan.

b. Bagi peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadikan acuan untuk melakukan dan meningkatkan penelitian juga pengetahuan tentang strategi bauran pemasaran usaha kerupuk udang laut Sinar Lezat untuk meningkatkan penjualan, serta memberikan tambahan wawasan para peneliti berikutnya.

