

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pembahasan tersebut memperlihatkan bahwa peningkatan penjualan Tahu Campur Kikil Pak Sopyan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha mempertahankan cita rasa, karakteristik, dan kepercayaan pelanggan. Bagi peneliti, kepercayaan yang telah dibangun selama bertahun-tahun menjadi alasan utama mengapa usaha ini tetap diminati dan mampu meningkatkan penjualannya hingga saat ini.

1. Strategi produk yang diterapkan oleh Tahu Campur Kikil Pak Sopyan dilakukan dengan menjaga kualitas produk, menyediakan variasi produk sesuai kebutuhan konsumen, mempertahankan karakteristik produk sebagai ciri khas usaha, serta menjaga konsistensi cita rasa dan kualitas dari waktu ke waktu. Keempat strategi tersebut diterapkan secara berkesinambungan sehingga produk tetap mampu memenuhi harapan konsumen dan mempertahankan identitas Tahu Campur Kikil Pak Sopyan sebagai salah satu usaha kuliner legendaris di Kota Kediri. Selain itu, penerapan strategi produk juga mencerminkan nilai-nilai ekonomi syariah melalui upaya menjaga kualitas produk, bersikap jujur kepada konsumen, serta menjalankan usaha secara amanah.
2. Peran penerapan strategi produk terlihat dari meningkatnya penjualan Tahu Campur Kikil Pak Sopyan yang semula sekitar 60 porsi per hari pada tahun 2021 menjadi sekitar 120 porsi per hari pada tahun 2025.

Peningkatan tersebut didukung oleh kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan kualitas, karakteristik, variasi, dan konsistensi produk sehingga kepercayaan pelanggan tetap terjaga. Penelitian ini juga menemukan bahwa pada usaha kuliner legendaris, peningkatan penjualan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha mempertahankan cita rasa dan identitas usaha yang telah dikenal masyarakat selama bertahun-tahun. Kepercayaan yang terus terjaga membuat pelanggan tetap melakukan pembelian berulang dan menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberlangsungan usaha.

B. Saran

1. Bagi Tahu Campur Kikil Pak Sopyan

Tahu Campur Kikil Pak Sopyan diharapkan dapat terus mempertahankan kualitas produk, karakteristik produk, variasi produk, dan konsistensi produk yang selama ini menjadi kekuatan usaha. Cita rasa khas kuah petis serta konsistensi rasa yang telah dikenal oleh pelanggan perlu terus dijaga agar kepercayaan konsumen tetap terpelihara. Upaya tersebut diharapkan dapat membantu mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik konsumen baru sehingga penjualan usaha dapat terus meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai strategi produk maupun strategi pemasaran pada usaha kuliner dengan ruang lingkup yang lebih luas. Penelitian berikutnya

dapat mengkaji indikator lain yang belum dibahas dalam penelitian ini, seperti strategi harga, promosi, atau distribusi dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, penelitian juga dapat dilakukan pada objek usaha kuliner yang berbeda sehingga menghasilkan temuan yang lebih beragam. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh dapat memperkaya kajian mengenai strategi pemasaran dan pengembangan usaha kuliner.