

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Adapun kesimpulan dari penelitian yang peneliti lakukan kali ini adalah sebagai berikut :

1. Penerapan Strategi *Stand* Pameran Pada UMKM Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri

Salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh UMKM Tenun Ikat Medali Mas adalah dengan mengikuti berbagai pameran dan expo untuk mengenalkan produknya pada masyarakat. karena pameran merupakan suatu wadah untuk mengenalkan suatu produk kepada konsumen, serta menarik perhatian konsumen sebanyak banyaknya. Dengan diadakannya pameran maupun expo yang diadakan oleh pemerintah maupun instansi – instansi terkait lainnya seperti Bank Indonesia serta lainnya, sangat membantu keberadaan UMKM setempat. Oleh karena itu, dengan adanya pameran maupun expo yang ada. Ibu Ruqoyah selaku pelaku UMKM sekaligus pemilik UMKM Tenun Ikat Medali Mas, merasa sangat terbantu dengan hal itu.

Kemudian dari data yang diperoleh peneliti dapat diketahui bahwa UMKM Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri pada tahun 2016-2021 mengalami peningkatan pendapatan secara berkala. Peningkatan pendapatan tersebut terjadi karena penerapan pemasaran strategi UMKM Tenun Ikat Medali Mas secara tepat. Terutama penerapan strategi

pemasaran *stand* pameran yang dilakukan oleh UMKM Tenun Ikat Medali Mas, sangat berguna untuk semakin memperluas pangsa pasar.

## 2. Strategi Pemasaran UMKM Tenun Ikat Medali Mas Guna Meningkatkan Penjualan Dalam Perspektif Marketing Syariah

Dalam analisis peneliti menggunakan teori *marketing syariah* menurut Kerta Jaya dan Syakir Syula, sesuai observasi yang telah dilakukan UMKM Tenun Ikat Medali Mas telah menerapkan prinsip *marketing syariah* dalam berbisnis, yang mencontoh sikap Rosulullah SAW. Dikatakan oleh Kertajaya yang dikutip oleh Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa menyatakan bahwa karakteristik pemasaran islami terdiri dari beberapa unsur yaitu ketuhanan, etis, realistis, dan humanistik. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan analisis dari peneliti, UMKM Tenun Ikat Medali Mas juga telah memenuhi karakteristik pemasaran secara syariah.

### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

#### 1. Setelah dilakukannya penelitian, pengrajin tenun ikat Bandar Kidul

Hendaknya bisa lebih mengefektifkan penerapan strategi pemasaran yang digunakan sebagai sarana dalam meningkatkan penjualan dengan melihat kondisi kekuatan dan kelemahan sehingga dapat mengetahui apakah strategi yang diterapkan tepat sasaran. Serta lebih meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

Untuk peneliti selanjutnya semoga dengan adanya penelitian yang berjudul “Penerapan Strategi Pemasaran *Stand* Pameran Dalam UMKM Tenun Ikat Medali Mas Guna Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Bandar Kidul – Kota Kediri)”.