

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Produk kerupuk yang dibuat oleh UD. Devi Putri ini telah banyak melakukan inovasi. Adanya inovasi tersebut telah menjadikan produk kerupuk UD. Devi Putri menjadi berkualitas serta mampu bersaing dengan produk lain. Selanjutnya membuat merek atau label yang mencantumkan UD. Devi Putri agar mudah di kenali, pemilik usaha melakukan proses produksi dibantu para karyawan, UD. Devi Putri memproduksi 20kg sampai 50kg kerupuk dalam sekali produksi dan siap di distribusikan, para karyawan bekerja di UD. Devi Putri pukul 07.00-16.00, dalam satu minggu sekali UD. Devi Putri mengganti stok yang ada dengan stok baru, stok kerupuk yang sudah kadaluarsa tidak didaur ulang melainkan digunakan sebagai tambahan makanan ternak milik Pak Dedi sendiri. Pada usaha kerupuk UD. Devi Putri juga mencantumkan tanggal kadaluarsa, Pak Dedi tidak menjual kerupuknya lebih murah dari pasaran, dan Pak Dedi akan memberikan bonus berupa uang kepada para karyawannya.
2. Peran pengelolaan pemasaran kerupuk dalam pengembangan usaha UD. Devi Putri yaitu: Ditinjau dari segi produk (*productt*), bahwa produk yang diinginkan masyarakat adalah produk yang sesuai kebutuhan masyarakat, berkualitas, memiliki desain yang menarik, produk yang dihasilkan ramah lingkungan, dan mudah diingat masyarakat. Ditinjau dari segi harga (*price*), masyarakat

menginginkan harga yang sesuai dengan kualitas, terjangkau setiap lapisan masyarakat, dan harga mampu bersaing. Ditinjau dari tempat (*place*) masyarakat menginginkan produk yang akan dibeli mudah didapatkan, mudah diakses, jangkauan tempat terbatas. Ditinjau dari promosi, masyarakat menginginkan pemasaran dilakukan dengan cara bagaimana peran pemerintah dalam mempromosikan sebuah produk, *door to door*, secara online dan *personal selling*. UD. Devi Putri mampu mensinergikan perspektif pemasaran syariah dianalisis menggunakan bauran pemasaran dan karakteristik syariah yaitu teistis (*rabbaniyah*), etis (*akhlaqiyyah*), realitis (*al-waqi'iyah*) dan humanitis (*al-insaniyyah*). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan produk halal dan jelas, harga sesuai dengan kondisi produk, tidak ada unsur penipuan, pelayanan baik dengan memperhatikan moral dan etika, tidak memotong jalur distribusi dan kejujuran dalam promosi, kejujuran dan menjaga hubungan dengan pembeli.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Bagi produsen kerupuk UD. Devi Putri, dalam setiap kegiatan produksi hendaknya ditujukan untuk meningkatkan manfaat dari suatu materi. Produksi hendaknya mengutamakan kualitas daripada kuantitas, serta memperhatikan kesterilan produk. Tujuan produksi dalam Islam adalah *mashlahah* umat, bukan untuk mencari keuntungan semata.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai pengelolaan pemasaran kerupuk dalam pengembangan usaha hendaknya dengan metode penelitian atau teori yang lain sehingga hasil penelitiannya dapat menggambarkan secara menyeluruh mengenai pengelolaan pemasaran kerupuk dalam pengembangan usaha tersebut.