BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan meningkatkan daya saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada usaha keripik Nugraha Food Tulungagung sudah menggunakan strategi pemasarn yang bagus. Dalam hal tersebut ada beberapa topik yang penulis dapat mengambil kesimpulan, berikut ini adalah paparan kesimpulan dari peneliti :

1. Strategi pemasaran yang digunakan Nugraha Food Tulungagung diantaranya dengan melakukan segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, serta bauran pemasaran. Hal ini bertujuan untuk melancarkan dan memudahkan kegiatan pemasaran dan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang memiliki usaha yang sama.
2. Terdapat faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi strategi pemasaran keripik Nugraha Food Tulungagung. Faktor pendukung yang mempengaruhi strategi pemasaran keripik Nugraha Food Tulungagung yaitu kualitas produk, jaringan pasar yang luas, sosial media, perizinan usaha dan produk. Sedangkan faktor penghambat yang mempengaruhi strategi pemasaran keripik Nugraha Food Tulungagung yaitu ketersediaan

bahan baku, faktor harga, faktor pesaing, dan keterlambatan dalam pengiriman barang pesanan.

3. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Nugraha Food Tulungagung sudah cukup efektif dalam memasarkan produknya, karena dilihat dari peningkatan-peningkatan jumlah produksi dan jumlah penjualan. Nugraha Food Tulungagung terus berupaya mengembangkan produk dengan berbagai macam strategi untuk memasarkannya.

B. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Akademik semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan pengembangan ilmu bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada.
2. Bagi peneliti dan mahasiswa ekonomi syariah khususnya harus banyak membaca buku yang menunjang pengetahuan tentang strategi pemasaran baik dibidang industri kecil, menengah ataupun besar apakah hal tersebut memang benar-benar dipratekkan secara riil dilapangan atau tidak, hal ini dilakukan agar pengetahuan kita lebih luas antara teori dan praktik.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti.

4. Bagi para pengusaha keripik diharapkan mampu meningkatkan daya saing pada produknya, dengan adanya beberapa strategi pemasaran yang sudah baik, dengan beberapa faktor pendukung dan penghambat yang sudah diketahui tentunya akan lebih memudahkan dalam proses produksi sampai pemasaran dimasa mendatang. Selain itu, pengusaha diharapkan memiliki lahan sendiri untuk ditanami singkong ataupun pisang sebagai bahan baku yang dibutuhkan perusahaan sehingga lebih bisa mengontrol stok bahan baku dan kualitas bahan baku dengan mudah.