

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan diantaranya :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan Kerupuk Ikan Iza Jaya Kelurahan Pasarbatang Brebes yaitu menggunakan pendekatan bauran pemasaran dengan memperkenalkan produknya sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik, dan terjamin kehalalannya, harga (*price*) yang relatif terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan, tempat (*place*) produksi yang dekat dengan akses sehingga memudahkan konsumen serta tempatnya yang bersih dan juga nyaman, promosi (*promotion*) digunakan dengan tujuan untuk menyebarluaskan produk, dan tentunya untuk menarik konsumen. Dalam usaha meningkatkan penjualannya Kerupuk Ikan Iza Jaya memaksimalkan dua metode yakni melakukan pemasaran dengan menggunakan media sosial dan offline, yakni dengan menggunakan kebijakan marketing yang lebih masif dengan mengimplementasikan marketing online mulai dari mempromosikan produk ke media sosial *Whatsapp*, *Instagram* dan *Facebook* yang menggunakan *Responsive selling* dengan memberikan penjelasan tentang produk yang dijual sehingga membuat konsumen merasa puas dan yakin untuk membeli produk. Selain itu sistem *buying and payment* COD juga diterapkan apabila jangkauan pembeli masih dalam lingkup Brebes Tegal.
2. Strategi pemasaran yang dilakukan Kerupuk Ikan Iza Jaya dalam perspektif ekonomi syariah yaitu dengan melalui *Rabbaniyah* pendekatan kejujuran dalam produk, *Akhlaqiyah* yang diwujudkan dengan keikhlasan dalam memberikan pelayanan produk yang terbaik, *Al waqiyah* dengan tetap menjaga kualitas produk, serta *Al insaniyah* yaitu dengan menjaga silaturahmi sebagai wujud mutualisme dengan menempatkan produk dan layanan dalam bentuk kebutuhan produk yang diinginkan konsumen.

B. Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan untuk usaha Kerupuk Ikan Iza Jaya semoga dapat bermanfaat untuk perkembangan usaha kedepannya, diantaranya :

1. Pada aspek pemasaran, walaupun Kerupuk Ikan Iza Jaya melakukan penjualan produknya secara langsung ke masyarakat berjalan efektif, namun alangkah baiknya jika mengembangkan lagi promosi produknya melalui *marketplace*. Karena di zaman yang serba digital ini, semua kegiatan termasuk berjualan memiliki potensi yang lebih besar untuk menjangkau konsumen lebih luas lagi bahkan sampai mancanegara.
2. Pada bagian produksi, Kerupuk Ikan Iza Jaya sepertinya memerlukan mesin untuk menunjang proses produksi serta mempersingkat waktu sehingga fenomena permintaan yang selalu lebih besar dari jumlah produksi dapat teratasi dengan baik.

Saran yang dapat penulis sampaikan untuk pemerintah setempat, diantaranya :

1. Pemerintah harus ikut aktif serta guna memfasilitasi dan memberikan dukungan berupa legalitas serta sokongan sarana prasarana yang memadai untuk dapat membantu memasarkan produk usaha dari para pelaku usaha.
2. Diadakanya sosialisasi mengenai edukasi pembuatan kerupuk ikan sehingga bisa menjadi produk ikonik di Kelurahan Pasarbatang Brebes.

