

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi yang digunakan *home industry* manik-manik *Beads Flower* dalam mempertahankan eksistensinya sangat memperhatikan strategi *segmenting*, *tergetting*, dan *positioning* (STP). Selain itu juga *marketing mix* atau bauran pemasaran. *Beads Flower* sangat memperhatikan detail setiap produknya, mulai dari kemasan, label, dan *brand* atau merek. Pak Nur waktu juga melakukan survei pasar untuk menentukan pasar sasaran produknya. Pemasaran produk manik-manik dilakukan secara langsung melalui *outlet* dan alamat *website* atau *email*. Tidak ada perantara dalam menyampaikan produk kepada konsumen. Pengiriman produk disampaikan langsung kepada konsumen. Selain itu strategi pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*) tetap dilakukan *Beads Flower* dari awal berdiri hingga sekarang dan mengikuti pameran-pameran yang diadakan pemerintah. *Beads Flower* juga mendistribusikan langsung barang kepada konsumen tanpa melalui perantara.
2. Strategi menonjol yang dilakukan *Beads Flower* dalam mempertahankan eksistensinya adalah promosi langsung dari mulut ke mulut, dan melalui pameran-pameran. Selain itu saat ini juga didukung dengan promosi melalui

website atau email ditujukan untuk menjaring konsumen yang lebih luas. Sedangkan promosi melalui pameran ditujukan agar masyarakat dan pemerintah kabupaten Jombang mengetahui tentang keberadaan industri manik-manik *Beads Flower*. Promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) juga masih dilakukan, hal ini karena berita dari mulut ke mulut lebih cepat diterima konsumen. Strategi-strategi inilah yang sampai saat ini terus digunakan home industry manik-manik *Beads Flower* sehingga industri ini masih ada dari tahun 1990 sampai sekarang. Selain strategi promosi, strategi menonjol lain yang digunakan *Beads Flower* adalah dengan cara menginovasi produk. Memperhatikan atribut produk, yaitu mengemas produk dengan rapi dan menari, mencantumkan label perusahaan. Selalu berusaha melakukan inovasi produk. Memberikan desain produk yang elegan dan mengkombinasikan manik-manik dengan bahan lain agar konsumen tidak merasa bosan.

B. Saran

Hadirnya penelitian ini diharapkan dapat menjadi cakrawala pemikiran ekonomi khususnya untuk industri kecil dan industri rumah tangga. Disarankan untuk *home industry* manik-manik *Beads Flower* untuk selalu rutin melakukan survei pasar dan tetap selalu melakukan inovasi produk setiap hari, dan tetap melakukan strategi-strategi pemasaran yang selama ini dilakukan dalam mempromosikan produk dan menjaga eksistensinya. Sehingga *home industry*

mani-manik *Beads Flower* ini dapat menjadi contoh *home industry* manik-manik lainnya untuk tetap menjaga eksistensi dengan melakukan strategi-strategi pemasaran yang dilakukan *home industry* manik-manik *Beads Flower*.

Dalam penerapan strategi pemasaran, udalam melaksanakan kegiatan pemasaran perlu didasari dengan semangat beribadah kepada Tuhan Yang Maha Esa. Hal ini bisa dilakukan seperti yang telah diterapkan Rasulullah saw dalam kegiatan berniaga yaitu amanah. Selain itu Rasulullah melarang adanya unsur bathil dalam perniagaan, harus jujur, terbuka dan tidak ada manipulasi. Jika barang yang dijual cacat, harus di informasikan kepada konsumen. *Beads Flower* dapat menambahkan dan menerapkan berperilaku bisnis secara Islam agar industri ini tetap ada, lebih dipercaya konsumen, dan selalu mendapatkan ridho dan lindungan dari Allah setiap menjalankan usaha. Walaupun *Beads Flower* selalu jujur dan amanah kepada pembeli, alangkah lebih baiknya jika kedua unsur tersebut selalu dijaga agar konsumen lebih percaya dan nyaman bertransaksi dengan *Beads Flower*.

Tapi apapun yang menjadi hasil dari penelitian ini, diharapkan adanya penelitian lanjutan yang bertujuan menyempurnakan penelitian yang ada dengan cara melakukan observasi ulang atau sebuah verifikasi.