

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Berikut adalah data yang diperoleh di lapangan dan setelah dikonformasi dengan teori yang ada. Peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan dan juga rekomendasi agar dapat memberikan gambaran terhadap UD. Jaya Lestari Khususnya dalam mengembangkan produknya.

#### **A. Kesimpulan**

Strategi pemasaran UD. Jaya Lestari dalam membangun citra produk kerupuk ikan Najihah ini dalam menjalankan dan juga mengembangkan usaha di bidang makanan teman makan atau camilan (makanan ringan) tidak serta merta dapat berjalan dan juga mampu bersaing dengan produk-produk kerupuk ikan lainnya dengan segmentasi pasar yang sama. Akan tetapi membutuhkan keuletan dan semangat yang tinggi dalam menjalankan dan mengembangkan untuk memasarkan produk kerupuk ikan Najihah ini.

Pendekatan persuasif yang mendalam dan juga mencermati keadaan sekitar dengan penuh strategi dan persiapan yang matang itulah yang dapat memberikan nuansa tersendiri dan menjadi keunikan usaha rumahan atau *home industry* ini dalam memasarkan produk kerupuk ikan najihah ini dibandingkan dengan

industri rumahan yang lainnya yang juga bergerak di industri sejenis dengan UD. Jaya Lestari ini.

UD. Jaya Lestari ini juga tidak melupakan sisi religiusitas dalam hubungan dengan sang pencipta karena dengan demikian lah akan membawa rona tersendiri dalam kemajuan usaha produk kerupuk ikan Najihah ini.

Hal berikut merupakan sebuah strategi pemasaran dan juga bentuk program pemasaran yang telah dilakukan oleh UD. Jaya Lestari dengan produknya kerupuk ikan Najihah:

- 1) Memakai sistem Konsinyasi. Artinya dalam proses negosiasi di sebuah warung atau rumah makan dengan cara produk di titipkan kalau habis baru dibayar.
- 2) Melihat di daerah yang tingkat jajan individu tinggi atau daya beli yang cukup tinggi dalam hal makanan, terutama makanan ringan atau camilan makan teman yakni kerupuk.
- 3) Melihat atau mencari warung yang tempatnya strategis. Artinya disini melihat warung yang berdekatan dengan sekolahan, pabrik yang sedang mengerjakan proyek dan lain sebagainya.
- 4) Tidak bermain di wilayah sidayu sendiri karena memang daerah pengasil kerupuk ikan.
- 5) Melihat tempat dimana orang mudah untuk mengeluarkan uang.

- 6) Dengan cara yang santun dan tutur kata yang sesuai dengan adat dan kebudayaan orang gresik dalam hal berbicara. Agar nantinya dapat lebih bisa diterima dengan baik.
- 7) Memakai pendekatan yang halus dengan cara berbincang-bincang dulu dengan menyatukan suasana keakraban di pihak individu dan juga pihak warung yang akan di titipkan.

Dalam hal strategi pemasaran UD. Jaya Lestari memang terlihat disiapkan secara matang oleh pemilik usaha karena memang jawaban-jawaban saat ditanya oleh peneliti Ir. Yachya Nawawi ini memang mempunyai literature kalimat sesuai dengan yang ada di sistem pemasaran. Itu betul terlihat saat ditunjukanya buku tentang pemasaran yang di milikinya dan di tunjukan sekilas pada peneliti untuk meyakinkan bahwa usahanya ini dilakukan dan di pelajari sebelumnya melalui buku-buku bacaan mengenai tentang pemasaran tersebut.

## **B. Rekomendasi**

Berasarkan kesimpulan penelitian yang telah peneliti susun di atas maka berikut ini adalah rekomendasi penulis ajukan:

1. Agar lebih bisa mempertahankan kinerja dan juga prinsip-prinsip usaha yang telah dilakukan dan juga

agar bisa lebih bergerak dibidang produk yang lainya dengan melakukan manufer-manufer rassa yang diciptakan sehingga membbberikan warna baru tersendiri dalam produk kerupuk ikan, terutama di wilayah Kecamatan Sidayu dan sekitarnya.

2. Lakukan keberanian di bidang produk-produk baru ang sejenis akan tetaoi mempunyai warna kyang berbeda, dari mulai kemasan, dan juga promosi yang lebih menarik agar dapat lebih di terima di benak konsumen.
3. Pertahankan sisi kereligiousitan dalam menjalin hubungan dengan sang kholiq agar selalu mendapat keberkahan usaha yang lebih meningkat lagi nantinya