

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah Rangkasbitung yang telah dilakukan oleh penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini, maka dapat memperoleh beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah Rangkasbitung dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Mempertahankan Pasar
 - a. Strategi produk yang diterapkan pada pembuatan tempe di Pondok Pesantren Miftahul Hidayah adalah dengan memproduksi tempe yang berkualitas
 - b. Strategi harga yang dikeluarkan adalah harga yang mudah terjangkau dikalangan pelanggan dan tidak memberatkan konsumen.
 - c. Strategi distribusi yang diterapkan pada usaha tempe KH. Arsyd Baharudin yaitu dengan cara mengantarkannya langsung ke pelanggan oleh para santri.
 - d. Strategi promosi yang digunakan pada usaha tempe KH. Arsyd Baharudin yaitu dengan melakukan pendekatan secara langsung dengan para ulama/masyarakat dari mulut ke mulut. Dan juga tidak menggunakan media sosial dalam melakukan promosinya.
2. Penerapan Konsep Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Nilai keislaman di Pondok Pesantren Miftahul Hidayah Rangkasbitung
Produk tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah menerapkan keseimbangan dunia dan akhirat terhadap penerapan sifat sidiq, amanah, tabligh, dan fatanah agar mendapatkan keberkahan dan keridhoan dari Allah SWT dari usaha yang dijalankan.

3. Faktor Penghambat dan Pendukung Pemasaran Produk Olahan Tempe Pondok Pesantren Miftahul Hidayah Rangkasbitung dalam Mempertahankan Pasar :
 1. Gagalnya produksi
 2. Terbatasnya jumlah modal
 3. Peluang pasar di kalangan para ulama.

B. Saran

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah penulis peroleh selama melakukan penelitian dari usaha tempe KH. Arsyd Baharudin, maka dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Pemilik usaha harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan membuat inovasi baru sehingga pelanggan tidak akan berpaling atau berpindah ke tempat lain.
2. Pemilik usaha sebaiknya menyediakan pemesanan secara online agar dapat memberikan kemudahan kepada para pelanggan.
3. Pemilik usaha sebaiknya membuat atau mencatat laporan keuangan yang dimilikinya agar memudahkan dalam mengetahui keuangan atau peningkatan volume penjualan.

Diharapkan pemilik usaha mampu dan mempertahankan strategi pemasaran yang diterapkan.