

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah menguraikan beberapa permasalahan diatas maka peneliti dapat mengambil beberapa simpulan sebagai berikut:

Uliq Food menggunakan setrategi marketing mix 7P dalam bersaing, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi, strategi orang, strategi proses, strategi fasilitas pendukung. Pada produk Uliq Food terdapat beberapa macam produk yaitu manisan labu jipang , getuk jipang , donat jipang , pempek , gempol jipang, kunir asem, salinas dan ne-nasku. Pada strategi harga, sebisa mungkin Uliq Food memberikan harga yang tidak jauh berbeda dengan pesaing, karena jika terlalu mahal produk tersebut tidak laku untuk dijual. Lokasi tempat yang setrategis juga memberikan kemudahan kepada calon pembeli yang ingin berkunjung dan berbelanja di toko Uliq Food, untuk strategi promosi, Uliq Food memanfaatkan digital marketing untuk memasarkan produknya. Untuk staregi *people*, tentunya uliq food sudah menyeleksi beberapa orang yang dianggap sudah ahli dalam bidanya, kemudian menetapkannya sebagai karyawan dari uliq food itu sendiri, sedangkan untuk strategi prosesnya uliq food melayani konsumen dengan baik dari proses pemesanan sampai konsumen mendapatkan barang yang dipesannya, yang terakhir strategi *physical evidence*, dari segi offline berupa produk uliq food yang ada ditoko, sedangkan dari segi online yaitu logo, *packaging*, *website*, ataupun media sosial uliq food. Sedangkan Strategi pemasaran Uliq Food dari perspektif ekonomi Islam didasarkan pada keyakinan bahwa pemilik sebagai manusia harus menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip Islam. Sikap ekonomi Islam yang melandasi strategi pemasaran Uliq Food meliputi sikap etis, realistis, serta humanitis.

B. Saran

Berdasarkan simpulan yang sudah dikemukakan di atas maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk strategi promosi sebaiknya Uliq Food lebih aktif lagi dalam hal mempromosikan produknya lewat internet, agar produk Uliq Food semakin dikenal banyak kalangan, tidak hanya di Kudus saja , tetapi diluar Kudus juga.
2. Untuk strategi tempat agar kiranya slogan yang menjadi tanda pengenalan Uliq Food lebih diperbesar sehingga masyarakat lebih

mudah mengetahuinya dan untuk tempat parkir hendaklah diperluas sehingga konsumen yang mempunyai mobil maupun kendaraan besar lainnya lebih nyaman berbelanja dalam waktu lama.

