

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, dengan judul “Analisis strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan bisnis ditinjau dari perspektif marketing syariah (studi kasus pada CV Mubarakfood Cipta Delicia Kudus)” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan CV Mubarakfood Cipta Delicia dalam menghadapi persaingan bisnis ialah penerapan strategi pemasaran *segmenting, targeting, positioning* dan menerapkan unsur taktik pemasaran yaitu *marketing mix*.

Strategi pemasaran yang diterapkannya, meliputi:

- a. *Segmenting* yang dilakukan oleh CV Mubarakfood Cipta Delicia ialah menetapkan segmen yang tepat yakni seluruh masyarakat baik dalam maupun luar Kota mulai dari kalangan menengah atas sampai bawah, dari usia anak-anak maupun dewasa sampai orang yang sudah lanjut usia sekalipun, sesuai dengan kebutuhan yakni membeli suatu makanan berupa camilan atau jajanan khas dari suatu daerah yakni daerah Kudus.
- b. *Targeting* terdiri dari seluruh masyarakat baik dari dalam maupun luar Kota mulai dari anak-anak hingga orang tua, untuk mencapai target pasarnya salah satu metode yang dilakukan yaitu dengan cara menghasilkan berbagai varian rasa guna untuk memenuhi selera masing-masing daerah.
- c. *Positioning* CV Mubarakfood Cipta Delicia ialah produk yang dihasilkan memiliki rasa yang enak dan mampu menjadi makanan khas Kota Kudus, memiliki masa simpan yang cukup lama dari makanan sejenis pada umumnya, miliki tempat penjualan produk yang cukup unik dan menarik yaitu museum sebagai daya tarik tersendiri bagi pembeli, pengemasan produk yang sangat baik dan rapi serta bervariasi bentuk disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan mulai dari kemasan kecil, medium dan besar.

Unsur taktik pemasaran yang digunakan ialah *Marketing mix* yakni ditandai dengan adanya produk yang sudah memiliki logo produk sebagai identitas produk dan diperolehnya jaminan terhadap mutu produk, penetapan harga dengan memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhinya serta selalu melakukan riset pasar untuk mencapai harga sesuai dengan harapan

konsumen, saluran distribusi yang tepat dan media penjualan yang cukup luas, pengenalan produk dengan cukup baik dengan mengadakan berbagai *event* pada tempat penjualan dan mengikuti berbagai pameran ke berbagai Negara sehingga produk dikenal masyarakat lebih luas.

2. Strategi pemasaran yang diterapkan CV Mubarakfood Cipta Delicia dalam menghadapi persaingan bisnis ditinjau dari perspektif marketing syariah sejalan dengan karakteristik marketing syariah yaitu *Rabbaniyah*, *Akhlaqiyah*, *Al-Waqi'iyah*, dan *Insaniyah*.
 - a. *Rabbaniyah* dapat tercermin dari perilaku yang dilakukan seperti aktivitas sholat, pelayanan yang bagus dan ramah, tempat bersih dan nyaman, jujur dalam menginformasikan produk, sikap tersebut sebagai bentuk keyakinan bahwa Allah SWT yang maha melihat segala kegiatan yang kita lakukan yang kelak akan dipertanggungjawabkan di akhirat dan telah membentuk keunggulan terhadap nilai produk oleh konsumen.
 - b. *Akhlaqiyah* tercermin dari perilaku baik yang ditunjukkan dengan bertuturkata yang baik, bekerja secara profesional ditunjukkan dengan bersikap adil untuk menjawab segala pertanyaan yang diajukan oleh konsumen tanpa memandang status sosial.
 - c. *Al-Waqi'iyah* terlihat pada penentuan harga ditetapkan sebagaimana mestinya sesuai dengan segala faktor yang mempengaruhinya dan kualitas produk, adaptif terhadap perkembangan zaman, serta berpenampilan yang bersih dan bersahaja dalam segala aktivitas pemasaran.
 - d. *Insaniyah* tidak mengambil keuntungan yang berlebih dalam menetapkan harga, ramah kepada pelanggan, dan menyediakan fasilitas seperti tempat duduk yang disediakan untuk pelanggan guna sebagai tempat istirahat untuk pelanggan yang kelelahan ketika sedang berbelanja.

B. Saran

Bagi CV Mubarakfood Cipta Delicia dan untuk seluruh pebisnis, dalam menjalankan aktivitas apapun untuk senantiasa menanamkan nilai-nilai islami agar keberkahan dari Allah mudah didapatkan. Jadikan segala bentuk aktivitas yang dilakukan selalu mendatangkan manfaat bagi orang lain.

C. Penutup

Alhamdulillah puji syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq, Hidayah serta Inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sehingga Allah memberikan kemudahan bagi penulis melaksanakan tugasnya.

