

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang di lakukan oleh peneliti, dalam hal ini maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Keberadaan pengusaha tahu tempe di Abian tubuh masih bertahan di tengah pandemi covid 19.

Dari hasil penelitian di lapangan usaha Tahu 151 A pada masa covid-19 mengalami penurunan cukup signifikan mencapai 80% karena jarang nya pembeli selama pandemi covid-19 selain itu usaha tahu 151 A juga menyediakan oleh-oleh tahu untuk para wisatawan yang berkunjung ke daerah lombok karna selama pandemi covid-19 usah tahu 151 A mengalami penurunan penjualan akibat banyak objek wisata yang tidak di buka selama pandemi covid yang menyebabkan pendapatan dari usaha tahu 151 A mengalami penuruna cukup signifikan karna usaha Tahu 151 A selain menyediakan tahu di jual sebagai oleh-oleh untuk wisawan luar usaha tahu 151 A juga menyediakan tahu untuk para konsumen lokal namun tahu yang di jual oleh bapak abdul muhaimin tergolong cukup mahal di bandingkan dengan usaha tahu tempe eceran lainnya walaupun demikian banyak dari para pencinta tahu tempe masih setia membeli maupun mengkonsumsi tahu tempe yang di produksi oleh tahu 151 A walaupun tahu ini tergolong cukup mahal di bandingkan dengan usaha tahu eceran lainnya.

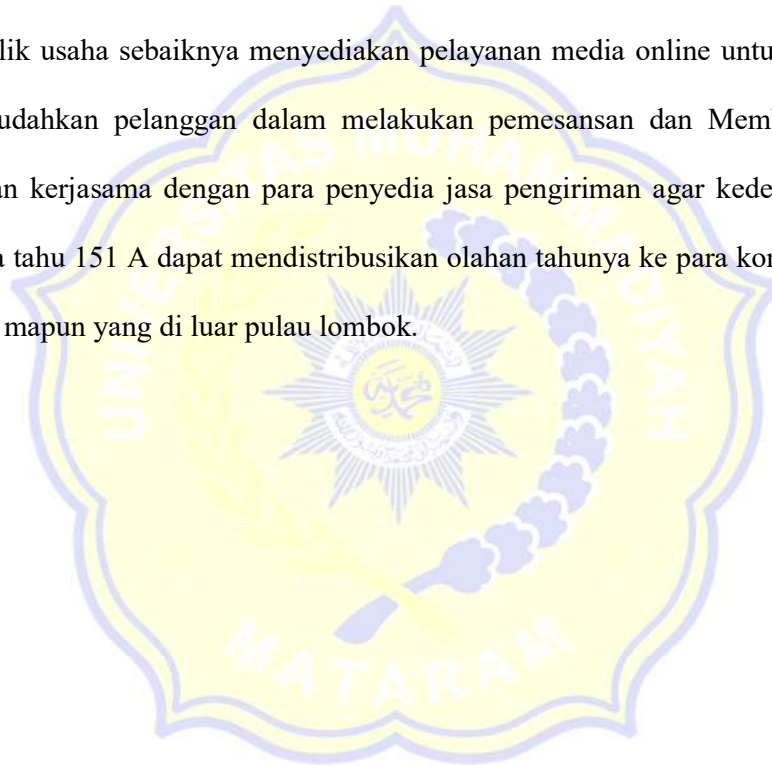
Dari hasil penelitian yang di lakukan di kelurahan Abian Tubuh yaitu tentang Apakah strategi pemasaran yang di tempuh pengusaha tahu tempe agar tetap eksis di tengah pandemi covi-19 dikelurahan Abian Tubuh Kecamatan Sandubaya Kota Mataram yaitu dengan mempertahankan kualitas tahu yang tidak pernah berubah dari segi rasa tahu,ketebalan tahu hal ini yang menjadi daya tarihk utama dari usaha tahu 151 A sehingga mampu tetap eksis di tengah pandemi covid-19 dan menerapkan dua strategi pemasaran.

1. Strategi produk yang digunakan pada usaha tahu tempe Bapak Abdul Muhaimin yaitu dengan memproduksi produk yang berkualitas
2. Strategi harga yang ditawarkan pada usaha tahu tempe Bapak Abdul Muhaimin yaitu dengan menawarkan harga sesuai dengan produknya dan dapat bersaing dipasaran sekaligus dapat menarik daya beli konsumen sesuai dengan dikalangan masyarakat.
3. Startegi distribusi yang diterapkan pada usaha tahu tempe Bapak Abdul Muhaimin yaitu dengan cara mengantarkan langsung tahu tempe ke pelanggan dan ada juga dengan jasa mobil angkautan umum untuk pemesanan di luar pulau lombok.
4. Strategi promosi yang digunakan pada usaha tahu tempe Bapak Abdul Muhaimin yaitu dengan melakukan pendekatan langsung dengan masyarakat dan dari mulut ke mulu selain itu usaha tahu 151 A juga menggunakan sosial media seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram* sebagai media promosi produk tahu tempe. Mereka tidak menggunakan media sosial dalam melakukan promosi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang peneliti peroleh dari usaha tahu 151 A milik Bapak Abdul Muhaimin, maka dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Pemilik usaha harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas atau membuat inovasi baru sehingga konsumen enggan untuk berpindah ke tempat lain, dan tetap fokus untuk menjalankan usaha meski banyak pesaing.
2. Pemilik usaha sebaiknya menyediakan pelayanan media online untuk lebih memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan dan Membangun jalinan kerjasama dengan para penyedia jasa pengiriman agar kedepannya usaha tahu 151 A dapat mendistribusikan olahan tahunya ke para konsumen lokal mapun yang di luar pulau lombok.



## DAFTAR PUSTAKA

- Dwi, Eka, Putri, “Strategi Pemasaran Tahu Di Kota Surakarta”, Skripsi: Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Faisal, Strategi Pemasaran, (Bandung: Aksara 1992)
- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Ed 4, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015)
- Fitriani, Rati, “Strategi Pemasaran Bibit Cengkeh Dalam peningkatan Pendapatan Masyarakat di Desa Malela Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo 2018), h. 25
- Hermawan , Agus, “Komunikasi Pemasaran”, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012)
- Iban Sofyan, Manajemen Strategi (Yogyakarta: 2015)
- Jeff Madura, Pengantar Bisnis, ( Ed 1, Jakarta: Salemba Empat 2001), h. 127
- Kaso, Asriani, Strategi Pemasaran PT Indofood Distributor Kota Palopo (Di Tinjau Dari Perspektif Islam), (skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo), h.43-45
- Kotler dan Amstrong “Strategi Pemasaran” [Prawiro](#), 2008) Melalui <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html> (09/10/2021)
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2007. Manajemen Pemasaran. Jilid I, Edisi 12. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2005. Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Plilip. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Moekijat. 2012. Manajemen Tenaga Kerja dan Hubungan Kerja, Edisi Revisi, CV. Pioner Jaya, Bandung.
- Muslinar, Strategi Penjualan Tiket Pesawat Mario Tour & Travel Palopo, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri IAIN Palopo) Melalui [https://search.yahoo.com/search?fr=mcafee&type=E210US91215G0&p=Muslinar%2C+Strategi+Penjualan+Tiket+Pesawat+Mario+Tour+%26+Travel+Palopo%2C+\(Skripsi%3A+Institut+Agama+Islam+Negeri+IAIN+Palopo\)](https://search.yahoo.com/search?fr=mcafee&type=E210US91215G0&p=Muslinar%2C+Strategi+Penjualan+Tiket+Pesawat+Mario+Tour+%26+Travel+Palopo%2C+(Skripsi%3A+Institut+Agama+Islam+Negeri+IAIN+Palopo)) (09/10/2021)
- Paulus Lilik Kristianto,”Psikologi Pemasaran”, (Cet. 1 Yogyakarta: Caps, 2012), h.23

- Permana, Andrian “Strategi Digital Marketing : Strategi Pemasaran Efektif Di Era Modern” ,(anak soleh 2019) melalui <https://seoanaksholeh.com/digital-marketing/> (08/02/2022)
- Rati Fitriani, “Strategi Pemasaran Bibit Cengkeh Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kelurahan Malela Kecamatan Suli Kabupaten Luwu, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo 2018) Melalui [http://opac.iainpalopo.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=18642](http://opac.iainpalopo.ac.id/index.php?p=show_detail&id=18642) (09/10/2021)
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000, Costumer Behavior, Internasional Edition, Prentice Hall
- Sudaryono, 2016, Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: C.V Andi Offset, Ed. 1 Melalui <https://core.ac.uk/download/pdf/237490981.pdf> (09/10/2021)
- Sudaryono, Manajemen Pemasaran, 2016, h.222
- Sudijono Anas, Pengantar Evaluasi pendidikan, (CetV: Yogyakarta PT Raja Grafindo, 1995)
- Suryabrata, Sumardi, Metode Penelitian, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1998) Melalui <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/metodologi-penelitian/> (13/11/2021)
- Swastha, “Enterpreneur & Enterpreneurship” , J. Winardi,(Ed. 1 Jakarta: Prenada Media, 2003)
- Swastha,Basu,”Psikologi Pemasaran”, ( Paulus Lilik Kristianto, 2011)
- Tias Ning Meliana Nana “Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Abian Tubuh”, Skripsi: Fakultas Fisipol Universitas Muhammadiyah Mataram,2021
- Tohar,“Membuka Usaha Kecil”. Cetakan Ketiga,(Yogyakarta,Kasinius 2020,H.45
- Wulandari “Analisis Pemasaran Tahu Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo”, Skripsi: Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2008