BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Strategi *marketing mix* dalam meningkatkan *omzet* penjualan

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, telah diketahui bahwa strategi pemasaran untum meningkatkan *omzet* penjualan yang dilakukan oleh Usaha Dagang Enggal Jaya adalah meliputi tiga hal, yaitu strategi produk, strategi harga dan strategi distribusi. Startegi produk yang dilakukan adalah dengan berupaya memberikan produk dengan kualitas terbaik. Stretegi harga dilakukan dengan memberikan harga yang sesuai pasaran dan mampu bersaing dengan yang lain. sedangkan strategi distribusi yang dilakukan adalah menempatkan toko yang strategis yaitu menempatkannya di setiap 3 pintu masuk pasar. Langkah-langkah yang telah dilakukan oleh Usaha Dagang Enggal Jaya sejauh ini telah berjalan sesuai dengan Perspektif Ekonomi Syariah. Dan dengan melakukan ketiga strategi tersebut dengan baik maka *omzet* penjualannya ikut meningkat sehingga mampu meningkatkan membeli produk dari peternak sesuai dengan kemampuan Usaha Dagang Enggal Jaya.

2. Kendala strategi *marketing mix* dalam meningkatkan *omzet* penjualan

Dalam melakaukan strategi *marketing mix* usaha dagang enggal jaya juga mengalami kendala, sehingga dalam kendala tersebut usaha

dagang enggal jaya mengalami penurunan omzet penjualan. Kendala yang dialami oleh usaha dagang enggal jaya pada strategi produk yaitu mengalami kerusakan pada produknya ketika perjalan pengiriman barang dari gudang ke tanangan konsumen. Sehingga usaha dagang ini mengalami kerugian dan komplain dari konsumen. Selanjutnya pada strategi harga usaha dagang ini juga mengalami kendala yaitu ketika harga mengalami penurunan yang seraca tiba-tiba. Hal ini mnegakibatkan omzet penjualan pada ausaha dagang ini megalami penurunan. Selain itu pada strategi distribusi usaha dagang ini juga mengalami kendala karena penempatan sebuah toko yang berada di tengah-tengah pasar kemungkinan adanya pesaing bisnis lain yang menjual barang yang sama mengakibatkan usaha dagang ini harus bersaing secara ketat dan sehat. Dari persaingan tersebut ada kemungkinan konsumennya akan menurun, sehingga mengakibatkan omzet penjualannya juga menurun.

3. Strategi *marketing mix* dalam meningkatkan *omzet* penjualan dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Strategi marketing mix yang digunakan oleh usaha dagang enggal jaya sudah sesuai dengan perspektif ekonomi syariah yang berlaku. Karena dalam praktiknya usaha dagang enggal jaya menjual barangnya dengan jujur tanpa menutupi cacat pada produknya, selain itu dalam melakukan persaingan bisnis dari penentuan harga dan

kulaitas produknya sudah sesuia dengan syraiat slam dan tidak menyalahi aturan-aturan yang berlaku.

B. SARAN

1. Bagi Usaha Dagang Enggal Jaya

   Bagi Usaha Dagang Enggal Jaya diharapkan, *pertama*, untuk meningkatkan strategi pemasaran dalam menjaga kualitas barangnya harus lebih berhati-hati pada saat perjalan pengiriman barang kepada konsumen. *Kedua*, untuk meningkatkan omzet penjualan sebaiknya menerapkan persaingan bisnis secara sehat dan lebih meningkatkan kualitas barangnya untuk bersaing dengan pesaing lain.

2. Bagi Akademik

   a. Untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan tetang pemasaran yang diterapkan Usaha Dagang Enggal Jaya Kediri.

   b. Untuk referensi dalam memperbaiki permasalahan-permasalahan di bidang pemasaran.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

   Penelitian yang dilakukan peneliti tentang strategi *markting mix* dalam meningkatkan *omzet* penjualan ini merupakan sebagian kecil penelitian tentang penjualan. Dengan melihat hasil penelitian ini, maka akan lebiha baik apabila dilakukan penelitian mengenai pengaruh marketing mix terhadap omzet penjualan.