

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Implementasi Strategi operasional pada NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dilihat dari indikator Strategi operasional yaitu:
  - a. Kualitas. NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung selalu menjaga kualitas baik yang berkaitan dengan pelayanan maupun produk, jika berkaitan dengan produk selalu meneliti produk yang akan dipasarkan kepada konsumen.
  - b. Desain tata letak (*layout*). *Layout* yang digunakan oleh NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung sama halnya dengan *layout* swalayan lain pada umumnya.
  - c. Desain job / SDM. Setiap SDM yang ada di NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung telah dibekali kompetensi sebelum menjadi karyawan tetap.
  - d. Persediaan. NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dalam menentukan persediaan dengan melihat usia produk, terjual tidaknya produk tersebut.
  - e. Pemeliharaan. Kegiatan Pemeliharaan yang dilakukan oleh pihak NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dengan melakukan piket harian, pembersihan rak dan kerja bakti.

- f. Rantai pasokan. Pemasokan pada NUsantara Mart dilakukan oleh suplayer yang berada di Jawa Timur dengan pertimbangan dari segi harga, kualitas barang dan kualitas sales.
2. Implementasi strategi pemasaran pada NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dilihat dari indikator manajemen pemasaran 7-P yaitu:
    - a. *Product* (Produk). NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung menjual beragam produk yang halal dan sesuai dengan kebutuhan konsumennya.
    - b. *Price* (Harga). Harga yang ditawarkan oleh NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung berdasarkan harga eceran tertinggi yang ada.
    - c. *Place* (Tempat atau Saluran Distribusi). Konsumen NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dapat melakukan pembelian dengan datang langsung dan melalui *online*.
    - d. *Promotion* (Promosi). Promosi yang dilakukan oleh pihak NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung dengan mengadakan promo awal bulan, akhir bulan dan promo Jumat, Sabtu dan Minggu.
    - e. *People* (Orang-orang). Karyawan dan karywati dalam NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung sudah bersikap ramah, sopan dan memiliki kecekatan dalam melakukan pelayanan.

- f. *Physical Evidence* (bukti fisik). Bukti fisik atau sarana prasarana yang dimiliki oleh pihak NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung diantaranya: ruangan toko yang ber AC, tempat parkir yang luas, ruang tunggu dan musola.
    - g. *Processes* (proses). Proses pelayanan pada NUsantara Mart Rejotangan Kabupaten Tulungagung sudah seperti harapan pelanggan.
3. Perbedaan NUsantara Mart dengan Swalayan lainnya. Perbedaan yang terdapat pada manajemen NUsantara Mart yang 50% manajemen profesional dan 50% adalah manajemen iman dan taqwa. Permodalan NUsantara Mart adalah murni berasal dari jama'ah dan jami'iyah NU yang ada di kecamatan Rejotangan berbeda dengan swalayan lainnya yang permodalannya berasal dari dana pribadi atau dimiliki perorangan dan bahkan bantuan pemerintah.
4. Kendala dan strategi dalam implementasi strategi operasional dan pemasaran ditinjau dari ekonomi Islam. Dari segi operasional dan pemasaran kendala yang dialami adalah masih akan melakukan perbaikan dalam pelayanan dan belum mampu sepenuhnya menuruti apa yang menjadi kemauan pelanggan.  
  
Sedangkan strateginya adalah senantiasa mewujudkan apa yang menjadi harapan pelanggan melalui proses evaluasi.

## **B. Saran**

### 1. Bagi NUsantara Mart

Bagi NUsantara Mart diharapkan senantiasa menerima masukan-masukan dari setiap konsumennya baik masukan yang bersifat membangun maupun yang bersifat sebuah kritikan. Selain itu perlunya katalog promo agar masyarakat sekitar mengetahui promo apa saja yang ada pada Nusantra Mart dengan pengetahuan promo dirasa Nusantara Mart akan lebih dikenal Masyarakat sehingga akan meningkatkan hasil penjualan.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dikembangkan dan dilanjutkan melalui penelitian selanjutnya. Diharapkan dapat meneliti lebih dalam lagi mengenai implementasi strategi operasional dan pemasaran sehingga dapat menambah wawasan mengenai teori tersebut.