

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

Tahap akhir dari penelitian adalah penutup. Pada bab ini akan menyimpulkan dari hasil penelitian. Kesimpulan tersebut diperoleh dari hasil proses analisis dan pembahasan, sehingga peneliti dapat menyimpulkan penelian ini sesuai dengan fokus penelitian yang sudah di jelaskan pada bab pertama. Kesimpulan tersebut sebagai berikut:

#### **A. Kesimpulan**

1. Bauran pemasaran 7P yang digunakan oleh toko herbal Nasa Banyuwangi yaitu produk yang bermacam-macam semua serba herbal dan organic seperti produk kecantikan, homecare, peternakan, perikanan, perkebunan, dan lainnya. Produk yang ditawarkan oleh toko herbal Nasa Banyuwangi mempunyai kualitas baik. Penetapan harga pada toko herbal Nasa Banyuwangi dengan mengambil untung sebesar 20%-90% sesuai produk yang terjual. Promosi yang digunakan toko herbal Nasa Banyuwangi menggunakan media sosial seperti *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *shopee*, *tokopedia*, *bukalapak*, *website* gratis maupun terbayar. Lokasi toko herbal Nasa Banyuwangi beralamatkan di Jln. Dieng RT.01 RW.27 Kel. Temuasri Kec. Sempu Kab. Banyuwangi Jawa Timur. Proses yang dilakukan toko herbal Nasa Banyuwangi langsung dari pusat PT Natural Nusantara. Sarana fisik pada toko herbal Nasa Banyuwangi menyediakan etalase, baner, tempat beribadah, sopan dan ramah dalam melayani pelanggan.

2. Bauran pemasaran 7P yang digunakan oleh toko herbal MSI Trenggalek yaitu seperti produk yang bermacam-macam semua serba herbal seperti produk *Silver* (Plen A) diantaranya: *Bamboo*, *Gold Seris*, *Aloevera gel*, *prima propolis*, *d'green ko hie*, *face mist*, *bio soap*, *manjavikan*, *gertea*, *mahkota raya mocachino*. Produk *Platinum* (Plen P) diantaranya: *Body lation*, *gamat emas*, *sumpro*, *glowing serum* dan *soap gold*. Penetapan harga pada toko herbal MSI Trenggalek dengan mengambil untung sebesar 20% sesuai produk yang terjual. Promosi yang digunakan toko herbal MSI Trenggalek menggunakan media sosial dengan mensponsorkan bonus-bonus hasil penjualan nyata pada akun media sosial seperti *whtashhap*, *facebook*, *instagram*. Lokasi toko herbal MSI Trenggalek beralamatkan di rt 20/rw 09, Dsn. Baling, Ds. Senden, Kec. Kampak, Kab. Tulungagung. Proses yang dilakukan toko herbal MSI Trenggalek langsung dari pusat PT Mahkota Sukses Indonesia. Sarana fisik pada toko herbal MSI Trenggalek menyediakan etalase, baner, serta sopan dan ramah dalam melayani pelanggan.
3. Penerapan ekonomi profetik yang dilakukan toko herbal Nasa Banyuwangi dan toko herbal MSI Trenggalek. Keduanya sama-sama menerapkan etika penjualan Nabi Muhammad Saw seperti *Siddiq*, *Amanah*, *Tabligh* dan *Fatanah* dalam menerapkan usahanya, sehingga usaha bisnisnya berjalan lancar sampai saat ini.
4. Kendala dan solusi dalam bauran pemasaran berbasis ekonomi profetik yang dilakukan toko herbal Nasa Banyuwangi dan toko herbal MSI Trenggalek.

a. Kendala pada Toko Herbal Nasa Banyuwangi

Produk yang ditawarkan kepada toko herbal Nasa Banyuwangi banyak terjadi close order sehingga banyak konsumen kecewa dengan kosongnya produk yang diinginkan. Penetapan harga produk Nasa Mahal sehingga menghambat penjualan. Banyaknya pesaing bisnis Nasa, mengalami rasa malas dalam berjualan, berpikir negatif terhadap konsumen. Lokasi toko herbal Nasa Banyuwangi jauh dari perkotaan, stasiun dan jalan yang ditempuh masih rusak. Sumber Daya Manusia kurang memahami manfaat produk Nasa (konsumen) untuk toko cabang ingin cepat sukses namun tidak sabar dalam berproses.

b. Kendala pada Toko MSI Trenggalek

Produk yang ditawarkan kepada toko herbal MSI Trenggalek kendala pada toko herbal MSI Trenggalek terkait modal untuk nyetok. Penetapan harga pada penjual produk MSI banyak yang curang merendahkan harga dari penjual yang lain. Promosi yang dilakukan pada awal penjualan belum mengetahui trik-trik apa saja yang dibutuhkan, rasa malas karena kurang percaya diri pada produk yang dijual. Lokasi toko herbal MSI Trenggalek jauh dari jalan raya, perkotaan. Sumber daya manusia kurang memahami manfaat produk MSI (konsumen) untuk toko cabang ingin cepat sukses namun tidak sabar dalam berproses.

c. Solusi pada Toko Herbal Nasa Banyuwangi

Solusi dalam menghadapi kendala produk dengan selalu mendata

produk Nasa yang tersedia agar konsumen tidak kecewa. Solusi dalam menghadapi penetapan harga produk Nasa adalah ikut bergabung menjadi distributor resmi. Solusi dalam kendala promosi adalah menggunakan semua social media yang ada, mengelompokkan tani baik itu secara *online* ataupun *offline*. Solusi dalam penentuan lokasi adalah pemilik toko herbal Nasa Banyuwangi menyediakan google map, COD dengan kosumen, bekerja sama dengan pihak ekspedisi.. Solusi untuk menghadai sumber daya manusia adalah menjeaskan lebih detail dengan *step by step* tentang perubahan pada produk Nasa, .memberikan bimbingan dan memberikan motivasi kepada karyawan, pelanggan atau bahwa toko cabang (distributor resmi Nasa)

d. Solusi pada Toko Herbal MSI Trenggalek

Solusi dalam menghadapi kendala produk dengan selalu mendata produk MSI produk yang ready, selalu menyetok produk yang gampang diminati masyarakat. Penetapan harga produk MSI yaitu dengan menjelaskan bahwa harga produk sudah ketetapan perusahaan, selain itu dalam menghadai member yang curang selalu memberikan arahan namun jika tetap saja maka perusahaan akan mem-*blocklist* idnya. Terkait promosi solusi yang dilakukan memperbanyak konsultasi dengan *upline* atau super *upline*, ikut t.o (*tour orientation*), hs (*home sharing*), seperti pemilik toko herbal MSI dan para member lainnya agar mendapatkan pencerahan dari patner-patner bisnis MSI. Solusi dalam penentuan lokasi adalah pemilik toko herbal MSI Trenggalek menyediakan google map, COD dengan kosumen, bekerja

sama dengan pihak ekspedisi. Solusi untuk menghadai sumber daya manusia adalah menjeaskan lebih detail dengan *step by step* tentang perubahan pada produk MSI, memberikan bimbingan dan memberikan motivasi kepada karyawan, pelanggan atau bahwa toko cabang (distributor resmi MSI).

## **B. Implikasi**

### 1. Secara Teoritis

Dari hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan evaluasi dan informasi yang berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan untuk melihat apakah teori dalam praktiknya dapat dirasakan dengan nyata, selain itu menjadi bahan refrensi atau rujukan, serta bisa berfungsi sebagai sumbangsih dalam memperkaya khazanah ilmiah ilmu pemasaran syariah.

### 2. Secara Praktis

#### a. Bagi Penjual Online

Dari hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat yang berjualan online maupun bagi pembeli *online*. Mengingat zaman era 4.0 yang semua serba digital harus pandai-pandai memanfaatkan barang elektronik untuk meningkatkan penjualan.

#### b. Akademis (Perpustakaan)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman mengenai bauran pemasaran berbasis ekonomi profetik dalam meningkatkan penjualan *online* sehingga menjadi sebagai salah satu

masukan dan sumbangan pemikirann tentang kajian strategi bauran pemasaran. Serta sebagai bahan koleksi dan refrensi supaya bisa dimanfaatkan sebagai sumber belajar atau bacaan mahasiswa/(i) lainnya.

c. Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian ini sebagai bahan literature dan informasi yang berguna mengenai bauran pemasaran berbasis ekonomi profetik dalam meningkatkan penjualan online. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji permasalahan lain sehingga dapat memahami bagaimana meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam berbelanja online.

**C. Saran**

Berdasarkan hasil temuan peneliti di atas, beberapa saran untuk bahan renungan bagi para pembaca dan pemilik toko online herbal nasa Banyuwangi dan toko online herbal msi Trenggalek dalam meningkatkan kualitas pelayanan, produk dan penjualan.

1. Pimpinan Perusahaan

Sebagai masukan tentang upaya penerapan bauran pemasaran berbasis ekonomi profetik dalam penjualan online kedepannya lebih baik dengan meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan lainnya guna untuk memaslahatkan bagi semua pihak.

2. Penjual Online

Sebagai masukan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, kepercayaan dalam memikat hati konsumen tanpa harus melebih-lebihkan dalam mempromosikan produk yang ditawarkan.

### 3. Konsumen

Sebagai penambahan wawasan bagi konsumen yang membeli apapun di toko online agar lebih berhati-hati terutama di toko online herbal Nasa Banyuwangi dan toko online herbal msi Trenggalek. Lebih mencari informasi terdahulu dengan orang-orang sekitar sebelum melakukan transaksi dengan toko online tersebut.

### 4. Penelitian Selanjutnya

Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya untuk melakukan pengembangan lebih mendalam, khususnya tentang bauran pemasaran berbasis ekonomi profetik yang diterapkan pada penjual online.