

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan

Strategi bauran pemasaran yang diterapkan di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu strategi pemasaran 7P. El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menerapkan strategi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan omzet penjualan. El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menerapkan strategi bauran pemasaran 7P yang meliputi *product, price, promotion, place, people, physical evidence, process*.

a. *Product* (Produk) El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung merupakan produk yang berbeda dari perusahaan lain. El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memiliki dua produk unggulan yaitu kain ecoprint dan kain shibori. Kain ecoprint tercipta dari pemanfaatan lembaran kain putih yang memanfaatkan limbah alam sekitar.

Nantinya akan terbentuk sebuah motif alam. Sedangkan kain shibori lebih cenderung ke aplikasian warna pada kain putih. Tentunya dengan mengupayakan bahan produk terbaik serta melewati beberapa tahap penelitian. Dengan harapan produk yang dihasilkan baik serta

terjamin kualitasnya dengan begitu para konsumen akan merasakan kepuasan tersendiri.

- b. *Price* (Harga), El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memberikan harga yang masih dapat dijangkau oleh kalangan masyarakat. Dengan penetapan harga yang diambil dari total biaya produksi serta pengambilan keuntungan yang masih wajar. Fungsi adanya harga yaitu untuk mengatur distribusi dari barang dan jasa.
- c. *Place* (Tempat), El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung masih mengalami kendala pada tempat yang digunakan saat ini. Dengan mengatasi kendala tersebut pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menaruh produknya disalah satu tempat penginapan yang cukup banyak di kunjungi oleh pebisnis ataupun wisatawan yaitu berada di Crown Victoria Hotel.

Selain itu, pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memaksimalkan variabel *promotion* dengan memberikan pelayanan yang baik serta memberikan denah lokasi pada konsumennya.

- d. *Promotion* (Promosi), El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung melakukan aktivitas promosi dengan memanfaatkan kemajuan IPTEK menggunakan instagram, *market place*, watshap. Sehingga terasa lebih mudah dalam mengenalkan produk ke masyarakat luas.

Strategi promosi yang diajarkan oleh Rasulullah SAW yaitu, memiliki perilaku baik serta simpatik (*siddiq*), cerdas serta intelektual (*fatanah*), transparan serta komunikatif (*tabligh*), rendah hati serta

melayani konsumen dengan baik (khidmah), jujur serta terpercaya, bertanggung jawab (amanah), tidak berburuk sangka serta tidak menjelek-jelekkan.

- e. *People* (Orang), Orang yang di maksud dalam pembaruan pemasaran ini yaitu karyawan, penyedia produk, atau orang-orang yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyedia produk. El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memberikan spesifikasi pada karyawan dengan kriteria yang masih wajar-wajar saja hampir sama dengan perusahaan-perusahaan lain.

Variabel *people* (orang) juga berperan penting dalam menentukan kemajuan sebuah perusahaan. Karena *people* (orang) merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran, kinerja perusahaan akan didukung oleh sumber daya manusia yang unggul sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal terutama bagi konsumen.

- f. *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik), adalah suatu keadaan atau kondisi perusahaan yang di dalamnya merupakan tempat transaksi jual beli, negoisasi produk yang dihasilkan perusahaan. El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sangat memperhatikan kebersihan, tata letak perabotan maupun produk serta mendesain sekitar rumah menjadi sebuah store yang masih mengedepankan kenyamanan konsumen dalam memilih produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

g. *Process* (Proses), merupakan kegiatan pembuatan produk di El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Selain itu proses juga merupakan kegiatan *marketing* yang ditunjukkan kepada konsumen bagaimana pelayanan yang diberikan selama pembelian produk.

El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung memberikan pelayanan kepada konsumen dengan semaksimal mungkin serta penerapan attitude yang baik. Selain itu El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung juga berusaha memenuhi permintaan konsumen baik ecer ataupun grosir.

2. Dampak yang ditimbulkan saat menerapkan strategi bauran pemasaran pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan

Dalam penerapan strategi bauran pemasaran 7P El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menemui berbagai dampak yang ditimbulkan dari penerapan strategi tersebut, baik dampak positif yang ditimbulkan maupun dampak negatif dari adanya penerapan strategi bauran pemasaran tersebut.

a. Dampak positif yang dirasakan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dari penerapan strategi bauran pemasaran yaitu produk dikenal oleh masyarakat serta banyak masyarakat yang minat dengan produk El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung sehingga omzet penjualan meningkat pada tahun 2018 sampai 2020. Omzet penjualan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung meningkat mulai 25%

hingga 50%. Maka dengan adanya peningkatan permintaan tersebut El Hijaaz Boutiqoe Kabupaten Tulungagung membutuhkan tenaga kerja baru. Dengan demikian penyerapan tenaga kerja ini dapat mengurangi angka pengangguran, meningkatkan pendapatan khususnya SDM yang terlibat dalam El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

- b. Dampak negatif dari penerapan strategi bauran pemasaran 7P yang dilakukan oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung mengakibatkan adanya pola hidup masyarakat yang semakin meningkat. Tak hanya terjadi dari pihak konsumen melainkan terjadi juga pada tenaga kerja El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung.

3. Kendala yang ditemui saat menerapkan strategi bauran pemasaran pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan

Dalam penerapan strategi bauran pemasaran 7P El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung menemukan beberapa kendala dalam penerapannya baik kendala internal ataupun kendala eksternal.

- a. Kendala internal yang dihadapi oleh El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu terjadi pada variabel tempat. Lokasi saat ini El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung masih berada di halaman rumah yang berada di daerah pedesaan serta jauh dari pusat kota. Selain itu kendala internal yang ditemui El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu terjadi pada tenaga kerja yang

terkadang izin untuk tidak bekerja yang mengakibatkan terhambatnya proses produksi.

- b. Kendala eksternal yang dihaapi El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung yaitu kenaikan harga bahan baku dan meningkatnya pesaing baru.

B. Saran

Secara teoritis penulisan ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam pemberdayaan dan pengembangan di bidang perekonomian dan sosial. Secara praktis penelitian ini memiliki beberapa saran yang bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagng

Untuk pihak El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung seperti yang di katakan pemilik bahwa produk yang diproduksi saat ini sudah banyak pula diproduksi industri lain baik perorangan ataupun perusahaan. Untuk mengatasi hal tersebut dalam persaingan pasar maka, El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung harus terus meningkatkan kualitas produk yang diproduksi serta menciptakan desain-desain baru sesuai dengan tren pada saat itu.

Hal ini berfungsi untuk menarik minat beli konsumen pada produk yang diciptakan El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung. Dengan demikian omzet penjualan pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung akan ikut meningkat. Hal ini akan sesuai dengan tujuan

strategi bauran pemasaran 7P yang diterapkan pada El Hijaaz Boutique Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan omzet penjualan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian pihak kampus untuk bahan acuan penelitian yang serupa mengenai strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat dijadikan acuan guna meningkatkan pengetahuan dan penelitian terkait strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan. Selain itu, diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian serupa terhadap hal-hal yang serupa yang berkaitan dengan judul, untuk memperluas penelitian sebelumnya.