

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Strategi Pemasaran Syariah di PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha**

Strategi merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan atau usaha. Tidak mungkin jika perusahaan tidak memiliki tujuan yang ingin dicapai. Strategi juga diartikan sebagai garis besar haluan dalam mewujudkan sasaran yang telah ditentukan. Strategi pemasaran adalah suatu konsep dalam melakukan pemasaran yang bertujuan untuk menanamkan perusahaan dan produknya di benak konsumen. Peningkatan penjualan suatu perusahaan salah satunya tergantung dari proses pemasaran yang dilakukan. Pemasaran syariah (*marketing syariah*) adalah solusi untuk kebutuhan pasar yang penerapan bisnisnya sesuai dengan nilai agama. Penerapan strategi pemasaran syariah salah satunya digunakan untuk meningkatkan daya saing usaha karena persaingan bisnis saat ini juga semakin ketat. Salah satu cara untuk menentukan strategi pemasaran yaitu menggunakan *marketing mix* (bauran pemasaran).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara perihal strategi pemasaran syariah produk susu PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” untuk meningkatkan daya saing usaha di Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung. Setelah melakukan penelitian PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” juga termasuk menggunakan strategi Marketing Mix (bauran pemasaran), Marketing Mix adalah rangkaian strategi pemasaran yang

disusun oleh suatu perusahaan guna menghasilkan tanggapan pasar yang merupakan kombinasi dari empat komponen berikut ini

### **1. Produk**

Dalam pengembangan suatu produk perlu adanya pedoman yang dijadikan perusahaan sebagai acuan. Sebelum itu, harus mengetahui produk tersebut telah berkembang seberapa jauh di lingkungan masyarakat. Untuk meningkatkan maupun menambah produk baru harus mengkaji secara detail dan melakukan berbagai pertimbangan. Sehingga keuntungan yang diperoleh nantinya tidak lebih rendah dari produk sebelumnya. Untuk meningkatkan penjualan bukan hanya menambah produk namun bisa dengan meningkatkan kualitas produk juga termasuk upaya dalam peningkatan penjualan perusahaan.

Pada PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” sesuai penelitian yang dilakukan mengenai strategi produk yang digunakan bahwa pada PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” untuk menjaga daya saing dan juga meningkatkan penjualan dengan mengambil langkah untuk selalu menjaga kualitas susu sapi perah. Ini menjadikan poin penting dalam PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” untuk tetap memberikan yang terbaik bagi Industri Pengolahan Susu (IPS) yang telah bekerjasama sejak lama. Seperti yang dijelaskan oleh pemilik PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” bahwa kualitas susu sapi perah itu sangat kami jaga semaksimal

mungkin tentunya tanpa bahan pengawet apapun dan yang paling utama adalah kehalalan. PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” menggunakan proses pendinginan hingga suhu 0° ini bertujuan agar susu tetap bertahan lama tanpa adanya bahan pengawet sebelum dilakukan pemasaran ke Industri Pengolahan Susu (IPS).

Gambar 5.1

Proses penampungan susu sapi perah

PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”



*Sumber : dokumentasi proses penampungan susu sapi perah PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” tahun 2021.*

Berdasarkan Gambar 5.1 menunjukkan bahwa salah satu proses dari pemasaran susu sapi yaitu penampungan dan selanjutnya akan dilakukan proses pendinginan dengan suhu hingga 0°. Hal ini dilakukan sebagai langkah dalam pengawet alami sehingga ketika dilakukan pengiriman ke Industri Pengolahan Susu (IPS) susu sapi tetap dalam keadaan yang baik

dan segar. Sebelum dilakukannya pendinginan, pengecekan kualitas susu sapi yang diterima dari para peternak harus dilakukan dengan cara melakukan cek kualitas di bagian laboratorium. Dengan menjaga kualitas suatu produk agar tidak memberikan hal buruk atau kekecewaan terhadap konsumen, hal ini termasuk strategi pemasaran jika ditinjau dari nilai islam. Karena perusahaan yang hanya mengedepankan keuntungan tentunya melakukan berbagai cara tanpa memandang itu sesuai atau tidak dengan prinsip dalam islam. Cara ini termasuk menghindari dari salah satu komponen pemasaran yang dilarang dalam islam yaitu maysir (spekulasi), hanya mencari keuntungan dengan merugikan berbagai pihak. Hal ini dilarang karena banyak mengandung mPTharatnya dibanding dengan manfaat.

## **2. Harga**

Dalam penentuan harga menjadi kebijakan dari perusahaan, ini juga termasuk keuntungan dan hal-hal lain yang dianggap berpengaruh dalam penentuan harga.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran produk PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” dalam penentuan harga beli dari peternak sapi perah, pihak PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” menetapkan sebesar Rp 5.950.- untuk 1 liter susu sapi perah. Harga ini merupakan patokan dari PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”. Sedangkan untuk harga jual ke pabrik

pengolahan susu lebih tinggi dari harga beli ke peternak karena ini berkaitan dengan keuntungan yang diperoleh PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”. Dengan penetapan harga beli ke peternak sebesar itu sudah termasuk dari keuntungan yang diambil. Seperti halnya yang telah dipaparkan oleh pemilik PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”. Ketika mampu menetapkan harga beli maka itu juga sudah termasuk keuntungan dan biaya-biaya lain.

Seperti hasil penelitian yang telah dipaparkan sesuai dengan sebagaimana diatur dalam islam. Jika harga yang telah ditentukan seharga dengan barang yang dibeli, maka pembeli dan nilai barang tersebut seharga dengan alat tukar yang diberikan oleh pembeli, kemudian dilanjutkan dengan serah teirma *ijab qabul* yang sah disertai saling ridha antara penjual dan pembeli, maka terjadilah keadilan harga dalam jual beli.<sup>90</sup> Sebagaimana dalam Al-Qur’an berikut ini :

شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَالْمَلَائِكَةُ وَأُولُو الْعِلْمِ قَائِمًا  
بِالْقِسْطِ ۗ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ (ال عمران ( ٣ ) : ١٨)

Artinya : “ Allah menyatakan bahwasanya tidak ada Tuhan (yang berhak disembah) melainkan Dia, Yang menegakkan keadilan. Para malaikat dan orang-orang yang berilmu (juga menyatakan yang demikian itu). Tak ada Tuhan (yang berhak disembah) melainkan Dia, Yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana ”. QS. Ali-Imron (3):18 .<sup>91</sup>

<sup>90</sup> Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2001), Cet. 8, Jilid 1, hlm. 439

<sup>91</sup> Departemen Agama, *Al-Qur’an Terjemahan Salsabil*, (Bandung : Jabal, 2020), hlm. 500.

Dari ayat tersebut menjelaskan bahwa adanya keadilan dan juga terdapat keridhaan dalam melakukan jual beli begitu juga dalam penentuan sebuah harga. Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” dalam penentuan harga, jadi antara pihak PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” dengan para peternak maupun dengan beberapa IPS yang terjalin kerjasama sudah saling sepakat dan tidak merugikan satu dengan yang lain.

### **3. Promosi**

Merupakan kegiatan yang tidak dapat dihilangkan dari sebuah proses pemasaran atau berwirausaha. Karena promosi ini merupakan faktor dalam sebuah bauran pemasaran yang berfokus untuk mengajak dan mengingatkan konsumen akan merk dan produk pada suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” salah satunya yaitu promosi. Promosi yang dilakukan PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” dalam bentuk pengadaan sosialisasi tentang pengelolaan ternak sapi perah. Di dalamnya terdapat penjelasan mengenai cara mengelola sapi perah sehingga menghasilkan susu sapi yang berkualitas, selain itu juga ada sesi *sharing* atas permasalahan yang selama ini dihadapi oleh peternak. Dengan cara

ini menjadikan PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” lebih dikenal karena pelayanan dan perhatiannya terhadap para peternak.

Selain itu, promosi dilakukan dalam bentuk pemberian penghargaan atau *reward* untuk para peternak yang bergabung. Dengan cara ini membuat peternak memiliki kesan yang baik dan tentunya bercerita ke masyarakat lainnya atas pelayanan maupun program yang dilakukan oleh PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”. Tujuannya dengan program ini membuat masyarakat yang belum bergabung menjadi lebih tertarik dan mendaftarkan dirinya untuk ikut andil dalam PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” ini.

Hal ini sesuai dengan konsep dasar dalam strategi pemasaran syariah salah satunya yaitu ***Tactic untuk market share***, yakni bagaimana cara kita agar mampu mempengaruhi sasaran pasar dengan memanfaatkan kemajuan zaman, bisa berupa tulisan, gambar atau ucapan yang baik dan menarik konsumen.<sup>92</sup> PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” juga menerapkan konsep tersebut yaitu dengan memberikan penghargaan / *reward* dan juga sosialisasi seperti yang telah dijelaskan di atas. langkah ini termasuk ke dalam *tactic* untuk market share sehingga mampu membuat masyarakat tertarik untuk bergabung pada PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”.

---

<sup>92</sup> Ikhsan Bayanuloh, Marketing Syariah, (Yogyakarta : Deepublish, 2019), hlm. 9

#### 4. Tempat

Dalam pemilihan tempat yang digunakan untuk distribusi penyaluran susu sapi perah ke Industri Pengolahan Susu (IPS) harus jelas perusahaan dan produk yang akan dihasilkan dari pengiriman susu sapi perah. Hal ini sangat penting karena berkaitan dengan harga jual yang diterima oleh pihak PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”. Selain itu, pemasaran yang tepat akan menghasilkan tingkat penjualan yang maksimal pula.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” salah satunya yaitu dengan berusaha menambah jumlah susu sapi perah yang diterima dari peternak sehingga mampu memenuhi kebutuhan. Apabila telah memenuhi kebutuhan dari pihak IPS (Industri Pengolahan Susu) maka akan menambah kerjasama dengan IPS yang baru. Namun untuk saat ini pihak PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” lebih untuk memfokuskan ke perusahaan yang telah bekerjasama dari awal sebelum menambah perusahaan yang baru.

Sebagaimana jika ditinjau dari prinsip dalam pemilihan tempat untuk distribusi agar sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, sehingga mengarah pada pembagian kekayaan yang merata diberbagai kalangan masyarakat. Al-Qur’an telah menjelaskan prinsip islam dalam surat Al-Hasyr ayat 7 :



مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِللَّهِ  
 وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ  
 كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۚ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ  
 فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ  
 الْعِقَابِ (الحشیر (٥٩):٧)

Artinya : “Apa saja harta rampasan (fai’) dari mereka yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (yang berasal) dari beberapa negeri, adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak-anak yatim, orang-orang miskin dan untuk orang-orang yang dalam perjalanan, agar harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah sangat keras hukuman-Nya.”. QS. Al-Hasyr (59):7<sup>93</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam pedistribusian kekayaan sesuai dengan pihak yang memang membutuhkan dan dengan adanya distribusi kekayaan ini akan terjadi pemerataan perekonomian. Begitu juga dalam pemilihan tempat pendistribusian susu sapi perah dari PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”, akan terjadi kegiatan ekonomi antara pihak pemilik, para peternak yang bergabung dan Industri Pengolahan Susu (IPS).

<sup>93</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an Terjemahan Salsabil*, (Bandung : Jabal, 2020), hlm. 430

Terdapat beberapa kendala dan solusi yang dilakukan PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” dalam Memasarkan Produknya yaitu sebagaimana berikut ini:

### **1. Kendala yang dihadapi PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” dalam Memasarkan Produknya**

Kendala menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu halangan, rintangan, gendala atau dapat dikatakan sebagai faktor yang membatasi, menghalangi, atau mencegah pencapaian sebuah sasaran yang telah ditentukan.<sup>94</sup> Dalam sebuah usaha tentunya memiliki kendala yang dihadapi begitu juga proses pemasaran produk. PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” juga mengalami beberapa kendala dalam pemasaran produk, sebagaimana berikut ini :

#### **a. Produk**

Seperti yang diketahui bahwa kualitas susu sapi perah yang buruk akan berpengaruh terhadap penjualan. Hal ini juga menjadi kendala pada PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”, apabila kualitas susu sapi perah buruk maka bisa berpengaruh terhadap penjualan. Selain itu, volume penjualan produk akan menurun apabila sapi perah yang dari para peternak yang bergabung mengalami fase bunting atau kehamilan. Hal ini berpengaruh karena jumlah susu yang dihasilkan juga semakin sedikit bahkan tidak ada.

---

<sup>94</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dalam <https://kbbi.web.id/kendala> , diakses pada tanggal 28 Mei 2021

**b. Harga**

Untuk masalah harga sebenarnya tidak terlalu banyak kendala, tetapi seperti yang dijelaskan Bapak Sakri selaku pemilik PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” harga dapat dipengaruhi oleh kualitas dan jumlah susu yang dikirim ke Industri Pengolahan Susu. Jika kualitas susu yang dikirim tidak layak maka otomatis berpengaruh atas harga yang ditentukan.

**c. Promosi**

Kendala dari segi promosi yaitu kurangnya tenaga yang ahli dalam media sosial. Para karyawan yang bekerja hanya sebatas pengambilan susu sapi perah, pendataan, dan hal-hal administrasi lainnya. Untuk mempromosikan ke media sosial itu belum sampai pada ranah itu. Padahal di era milenial ini, sangat berpengaruh dalam penjualan suatu usaha.

**d. Tempat**

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya oleh pemilik PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” yang menjadi kendala saat ini adalah belum bisa menambah Industri Pengolahan Susu (IPS) untuk menjalin kerjasama. Hal ini disebabkan karena volume susu sapi perah yang dikirim ke tempat Industri Pengolahan Susu (IPS) saat ini masih belum mencapai target yang dibutuhkan oleh Industri Pengolahan Susu (IPS) tersebut.

## **2. Solusi yang dilakukan oleh PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” dalam mengatasi masalah pemasaran produknya**

Dalam sebuah usaha tidak lepas dari kendala dan setiap kendala yang dihadapi tentunya terdapat solusinya. Begitu juga beberapa kendala yang dihadapi oleh PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” tentunya juga ada solusi untuk tiap masalah yang ada. Berikut ini beberapa solusi yang dilakukan oleh PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” :

### **a. Produk**

Untuk penyelesaian masalah mengenai kualitas produk yang buruk, pihak PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” telah memiliki solusi yaitu dengan cara sebelum melakukan pengiriman ke pihak Industri Pengolahan Susu (IPS) maka dilakukan pengecekan kualitas susu sapi perah yang diterima dari para peternak. Dengan kualitas TS 12 keatas dan tidak mengandung campuran air maka sudah bisa memenuhi kriteria dari IPS yang terjalin kerjasama. Dan untuk solusi dari permasalahan volume susu sapi perah menurun disebabkan sapi perah dalam masa fase bunting maka hal ini tidak bisa dipungkiri lagi serta sudah sewajarnya apabila usaha penampungan susu mengalami penurunan karena keadaan sapi perah dalam fase bunting. Volume susu sapi perah akan kembali seperti biasanya apabila telah beranak, maka kuantitas susu sapi perah juga akan bertambah.

**b. Harga**

Untuk permasalahan harga pihak PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” karena kualitas susu sapi perah mempengaruhi harga jual maupun harga beli maka solusinya yaitu tetap menjaga kualitas dengan melakukan pengecekan menggunakan alat tertentu untuk meminimalisir kualitas yang buruk.

**c. Promosi**

Untuk masalah kurangnya tenaga kerja dan pengetahuan akan media sosial maka solusi yang dilakukan oleh PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” yaitu dengan melakukan sosialisasi pengelolaan sapi perah kepada para peternak yang bergabung dan juga mengadakan program pemberian penghargaan atau *reward* kepada para peternak yang bergabung. Sehingga hal ini membuat para peternak mendapat pelayanan dan program yang baik untuk menambah wawasan serta kenyamanannya dalam bergabung di PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”. Dengan demikian akan terdengar oleh masyarakat lainnya atas program dari PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” yang menarik dan penuh perhatian terhadap para anggota yang bergabung.

**d. Tempat**

Dalam hal tempat yang digunakan sebagai distribusi dari susu sapi perah dengan kendala masih belum bisa melakukan penambahan jaringan kerjasama dengan Industri Pengolahan Susu

(IPS) yang baru maka solusi yang dilakukan oleh PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” yaitu dengan memaksimalkan volume susu sapi perah yang dikirim ke Industri Pengolahan Susu (IPS). Cara untuk memaksimalkan yaitu dengan menambah para peternak sapi perah untuk bergabung di PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”.

#### **B. Strategi dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha pada PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”**

Strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” yang telah dipaparkan bahwa hal tersebut juga suatu cara untuk meningkatkan daya saing usaha di kecamatan pagerwojo kabupaten tulungagung, yaitu dengan cara memberikan program yang pada kompetitor lain tidak dilakukan seperti mengadakan program sosialisasi kepada peternak dan pemberian penghargaan atas kerjasama yang dilakukan oleh peternak dan pihak PT selama ini. Kedua cara tersebut termasuk langkah untuk meningkatkan daya saing usaha ditengah maraknya usaha penampungan susu yang hampir sama dengan PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” ini. Selain itu, bagi pemilik PT harus memiliki strategi yang menjadi rahasia perusahaan agar mampu membaca peluang dan mengambil langkah lebih awal dibanding kompetitor lainnya.

Oleh karena itu, dalam berwirausaha dibutuhkan skill atau kemampuan yang sangat memadai. Selain itu, prinsip islami juga tidak lupa dilakukan, pemilik PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” dan seluruh karyawan memegang teguh 3 prinsip yang dilakukan untuk menjalankan

bisnis ini yaitu jujur, amanah, dan tanggungjawab. Ini merupakan kunci dari kesuksesan yang telah dicapai saat ini.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan hasil-hasil penelitian sebagaimana berikut ini :

1. Strategi pemasaran syariah produk susu PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” adalah dengan meningkatkan kualitas dan volume susu sapi perah yang diperoleh dari para peternak yang bergabung. Dan menerapkan konsep dasar dalam strategi pemasaran syariah salah satunya yaitu *Tactic* untuk *market share*, yakni bagaimana cara kita agar mampu mempengaruhi sasaran pasar dengan memanfaatkan kemajuan zaman, bisa berupa tulisan, gambar atau ucapan yang baik dan menarik konsumen. Peningkatan kualitas tersebut dengan cara memberikan asupan pakan ternak yang terbaik sehingga mampu menghasilkan kadar susu sapi yang baik pula. Peningkatan volume susu sapi perah juga termasuk langkah strategi pemasaran yang diambil oleh PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” karena dengan semakin banyak jumlah susu yang dikirim ke Industri Pengolahan Susu (IPS) semakin terpenuhinya target yang ditetapkan tiap Industri Pengolahan Susu (IPS). Apabila telah mampu mencapai target maka bisa menambah jaringan kerjasama dengan Industri Pengolahan Susu (IPS) yang lainnya. Dalam penentuan produk, harga, promosi, dan tempat untuk distribusi tidak menentang dari prinsip-prinsip islam.



Dan juga tidak mengandung unsur *Maysir*, *Gharar*, dan *Riba*. Karena PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” tetap mengutamakan kemaslahatan dan keberkahan disamping keuntungan yang dicapai.

2. Dalam peningkatan daya saing usaha yang pada PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” adalah dengan melakukan suatu program yaitu mengadakan sosialisasi pengelolaan sapi perah kepada para peternak sehingga mampu menambah wawasan dan juga pengetahuan peternak dalam mengelola sapi perah. Dan juga mengadakan program pemberian penghargaan atau *reward* setiap 2 tahun sekali sebagai bentuk rasa bangga telah bergabung dan memberikan yang terbaik pada PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”. Hal ini mampu meningkatkan daya saing usaha dengan kompetitor lainnya. Selain itu, memiliki kemampuan atau skill serta berpegang teguh dengan prinsip jujur, amanah, dan tanggungjawab dalam pemasaran sekaligus menjalankan keseluruhan kegiatan ekonomi juga mampu meningkatkan daya saing ditengah-tengah maraknya usaha yang berkembang.

## **B. SARAN**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung

Dari hasil pembahasan yang telah dipaparkan, maka untuk meningkatkan strategi pemasaran syariah hendaknya memaksimalkan jumlah volume susu sapi perah yang telah ada dengan tetap mengutamakan kualitasnya. Selain itu, peningkatan jaringan kerjasama dengan Industri Pengolahan Susu (IPS) lebih diperbanyak, kegiatan sosial seperti seminar, sosialisasi, maupun pelatihan dirancang sebagai agenda rutin yang dilaksanakan dalam waktu tertentu, dan penggunaan media sosial untuk ajang promosi sekaligus pemasaran bagi produk dan usaha dari PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” dengan beberapa cara ini juga mampu meningkatkan daya saing dan mampu dalam mengembangkan usaha yang telah dijalankan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian para mahasiswa-mahasiswi yang akan datang.

3. Bagi Peneliti yang Akan Datang

Dalam penelitian ini, jumlah data yang diperoleh saat wawancara masih kurang spesifik dan juga belum terarah, sehingga dianjurkan bagi peneliti selanjutnya agar mampu menggunakan data yang lengkap dan lebih banyak. Dalam penelitian kualitatif ini peneliti hanya fokus pada strategi pemasaran syariah PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah” untuk

meningkatkan daya saing usaha saja. Maka untuk peneliti selanjutnya mampu manambah sub penelitian lebih luas dan lebih menarik dengan peninjauan dari sudut pandang lain mengenai PT Sumber Susu “Halalan Thoyibah”.