

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan:

Bauran Pemasaran Syariah Alat Dapur PT. Gemilang Logam dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan yaitu bahwa menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran syariah ini memberikan pengaruh baik pada perusahaan ini. Strategi ini dinilai mampu meningkatkan volume penjualan dalam beberapa tahun terakhir, melihat dengan kondisi pandemi seperti ini perusahaan ini masih bisa bertahan.

Adapun penerapan strategi pemasaran yang digunakan adalah:

1. *Product* (produk): pada perusahaan ini strategi produk yang diterapkan adalah dengan mengutamakan kualitas produk, pelayanan prima, dan pengembangan produk supaya volume penjualan terus meningkat.
2. *Price* (harga): pada perusahaan ini strategi harga yang diterapkan adalah variasi harga dan tetap memperhatikan kondisi produk dan melihat kondisi pasar. Hal ini dilakukan supaya konsumen tetap membeli produk yang sesuai dengan daya beli. Dan nantinya mampu untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan jika daya minat konsumen semakin besar.
3. *Place* (tempat)/saluran distribusi: pada perusahaan ini strategi tempat saluran distribusi yang diterapkan adalah dengan memperhatikan faktor – faktor di dalamnya. Sehingga itu semua dilakukan untuk memberikan

yang terbaik bagi konsumen dan berguna bagi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan.

4. *Promotion* (promosi): pada perusahaan ini strategi promosi yang digunakan masih menggunakan sistem *offline* karena menurut beberapa narasumber yang telah diwawancarai, jika di pasar konsumen lebih memilih melihat kondisi barang secara langsung. Karena dari situlah konsumen bisa tahu apakah barang ini layak dipasarkan atau tidak.

Dari keempat indikator strategi pemasaran yang diterapkan PT. Gemilang Logam, selama kurun waktu kurang lebih 7 tahun ini memberikan dampak positif bagi perkembangan perusahaan. Saat ini produk PT. Gemilang Logam sudah dikenal luas oleh masyarakat akan kualitasnya. Sehingga tidak diragukan lagi jika produk dari perusahaan ini mampu bertahan di pasar. Dengan menerapkan strategi pemasaran 4P inilah perusahaan ini mampu meningkatkan volume penjualan pada tiap tahunnya.

B. SARAN

Berdasarkan temuan di atas, bahwa dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

Untuk segi produk agar selalu bisa berinovasi dan lebih banyak lagi jenis barang yang diproduksi, tidak hanya alat dapur saja. Tapi bisa juga usaha lain misalkan untuk souvenir. Karena pada zaman sekarang ini kebanyakan souvenir

yang dipasarkan adalah alat dapur yang dikemas menarik dan memiliki nilai jual tinggi.

Untuk segi harga perlu memberikan diskon harga bagi konsumen yang membeli produk dengan partai besar. Supaya konsumen tersebut menjadi konsumen loyal.

Untuk segi tempat/saluran distribusi perlu diperbaiki lagi dalam hal pendistribusian barang yang terkadang barang ada sedikit kerusakan karena cara kemasnya kurang rapi dan kurang melindungi produk. Sehingga perlu diberi pelindung seperti plastik wrap.

Untuk segi promosi sebenarnya cara *offline* ini digunakan tidak ada masalah. Tapi alangkah baiknya jika *online* juga digunakan, meskipun lebih laku yang *offline* tapi paling tidak produk perusahaan tersebut bisa dikenal oleh konsumen luas. Jika konsumen tahu akan kualitas produk perusahaan ini bagus, maka dari konsumen akan timbul rasa ingin tahu sebenarnya produk apa saja yang dijual di perusahaan ini.