

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penjelasan dan pembahasan yang sudah di jelaskan di bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Secara keseluruhan implementasi strategi *marketing mix* yang diterapkan oleh Ebi Parfum sudah cukup baik, dari 9 unsur *marketing mix* terdapat 2 unsur yang paling memberikan pengaruh, yakni strategi produ dan harga. Dibuktikan dengan Ebi Parfum memiliki produk yang berkualitas dan beraneka ragam dengan harga murah dan bisa bersaing dengan pesaing lain, promosi yang dilakukan juga gencar yakni melalui *facebook*, *shopee*, *whatsapp*, juga dari mulut ke mulut, tempat produksi juga mudah dijangkau dengan *reseller* yang menyebar ke berbagai tempat, memiliki karyawan yang produktif dan terampil, memiliki bukti fisik tempat produksi yang nyaman, dan bukti penilaian yang bagus di *shopee* tentang produk Ebi Parfum ini, hanya saja untuk proses produksi masih manual.
2. Faktor pendukung implementasi strategi *marketing mix* pada usaha Ebi Parfum adalah luasnya penempatan distribusi produk, teknologi dalam bidang pemasaran dan sarana promosi yang semakin baik, harga jual yang bisa bersaing, selalu menjaga kualitas, memiliki keunggulan yakni aroma yang tahan lama, bisa *request* produk dan ukuran, diferensiasi produk dan selalu memperbarui produk. Sedangkan faktor penghambat serta solusi dari

implementasi strategi *marketing mix* pada usaha Ebi Parfum adalah terbatasnya stok botol yang memang terkadang sulit dicari sehingga solusi yang dilakukan adalah dengan pemesanan sampai keluar kota, jika pemesanan ke luar kota otomatis memiliki kerentanan botol pecah saat pengiriman, besarnya modal yang dibutuhkan, karena untuk memasarkan secara *offline* dengan menitipkan 1 etalase kecil dan minyak wangi dengan jumlah kurang lebih 68 botol dibutuhkan dana kurang lebih sebesar Rp. 600.000, sulitnya mencari pelanggan yang mau dititipi karena memang banyak sekali pesaing diluar sana, solusi yang bisa dilakukan adalah telaten dalam mencari *reseller* serta selalu menjaga kualitas dan pengiriman jarak jauh memiliki kerentanan kebocoran botol, solusi untuk permasalahan ini adalah harus benar-benar dipastikan keamanan pengiriman produknya aman dengan menggunakan *double safety* dengan memberikan *bubble wrap* berlapis agar sampai ke tangan konsumen tanpa lecet sedikitpun.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran yang diharapkan bisa bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya :

### **a. Bagi Ebi Parfum Jombang**

Melihat dari implementasi strategi *marketing mix* yang diterapkan oleh Ebi Parfum, diharapkan mampu meningkatkan dan terus berupaya

menjaga kualitas dan pelayanan yang ada, serta mampu melakukan inovasi guna mengikuti perkembangan dan kondisi pasar.

- b. Bagi pihak akademik (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, wawasan, dan dapat memberi tambahan referensi atau perbendaharaan kepustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung di bidang pemasaran atau *marketing*, khususnya tentang *marketing mix*.

- c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan atau referensi maupun penelitian lanjutan yang berkaitan dengan pembahasan maupun objek penelitian yang berbeda untuk penelitian selanjutnya misalnya mengenai strategi *marketing mix* 12P (*Product, price, promotion, place, people, process, physical evidence, payment, packaging, positioning, performance, purpose*). Sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan.