

## BAB VI

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan UD Surya Manalagi untuk meningkatkan penjualannya yaitu dengan memberikan kualitas produk yang terbaik dengan harga yang terjangkau, harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas barang dan terjangkau untuk semua kalangan, memberikan pelayanan yang terbaik, pelayanan yang ramah dan proses pengiriman yang cepat, memberikan diskon dengan jumlah pembelian yang banyak, memberikan sistem pembayaran yang fleksibel yaitu dengan tunai atau kredit tanpa bunga, dan sistem pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*) serta saluran distribusi yang menggunakan dua sistem secara langsung dan tidak langsung.
2. Implementasi strategi pemasaran syariah yang diterapkan UD Surya Manalagi untuk meningkatkan penjualannya adalah kejujuran dan transparansi produk serta sistem pembayaran kredit tanpa bunga. Selain itu sifat *Rabbaniyah* dengan cara selalu mengingat Allah dalam setiap kegiatan produksi sampai pemasaran sehingga tidak ada sikap curang dan menipu. *Akhlaqiyah* dengan cara menarapkan tutur kata yang baik dan pelayanan

yang ramah. *Al-Waqiyah* dengan cara menerapkan kejujuran dan tidak berbohong terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Serta *Al-Insaniyah* dengan cara sistem pembayaran yang disesuaikan dengan kondisi pelanggannya, dan memperbolehkan pembelian produk dengan cara (nyaur gowo).

## **B. Saran**

### 1. Bagi Pelaku Usaha

Strategi yang dilakukan oleh UD Surya Manalagi dalam meningkatkan penjualan sudah efektif tetapi alangkah baiknya jika melakukan promosi dengan memanfaatkan sosial media sehingga ini akan lebih memaksimalkan penjualannya. Dan juga pengembangan kemasan karena selama ini pengemasan masih menggunakan karung, dengan adanya pengembangan atau inovasi kemasan akan lebih menarik daya beli konsumen. Diharapkan kedepannya memiliki inovasi kemasan yaitu kemasan dengan ukuran yang lebih kecil dan pengembangan kemasan untuk bisa memasuki pasar modern.

### 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan atau menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan dapat dikembangkan lagi lebih mendalam mengenai marketing mix.