

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Praktik internet marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM olahan tahu (Studi kasus UD. MJS Kediri) adalah mengalami peningkatan penjualan yang berasal melalui media internet atau disebut juga internet marketing. Dalam praktiknya UD. MJS Kediri memperhatikan pembeli potensial untuk ditargetkan sehingga penjualan produk mengalami peningkatan. Adapun tactical marketing yang diterapkan produk, harga, promosi dan tempat. Dari data penelitian UD. MJS Kediri sebelum dan sesudah menerapkan internet marketing memiliki perbandingan penjualan yakni sebelum menerapkan penjualan 7.600 pcs- 9.700 pcs. Sedangkan penjualan setelah menerapkan internet marketing yakni 7.900 pcs- 10.500 pcs dapat dilihat bahwa efek dari praktik internet marketing memiliki penjualan yang jauh lebih banyak dari sebelumnya.
2. Praktik Internet Marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM olahan tahu ditinjau dari marketing syariah (Studi kasus UD. MJS Kediri) adalah kurang diterapkannya karakter pemasaran syariah yaitu menjunjung tinggi akhlak mulia (*akhlaqiyyah*) kurang adanya kejujuran dalam memasarkan produk terutama dalam mendeskripsikan produk yang mana tidak sesuai dengan produk aslinya seperti berat bersih produk, belum adanya logo halal, dan kurang teliti dalam mencantumkan tanggal kadaluarsa produk Berdasarkan sifat pemasar yang terdiri dari *shiddiq* (benar dan jujur), *amanah* (dapat dipercaya dan kredibel), *tabligh* (komunikatif), *fathanah* (Cerdas), *istiqomah* (konsisten). Dari kelima sifat pemasar pemilik UD. MJS Kediri masih kurang dalam sifat *shiddiq* (benar dan jujur) dalam mendeskripsikan produk internet dan aslinya. Karena berat bersih produk tidak sesuai dengan aslinya yang dideskripsikan pada kemasan produk

sehingga menimbulkan ketidakjujuran berat bersih produk. Kemasan produk belum ada logo halal dan tanggal kadaluarsa tidak dicantumkan. Dengan adanya logo halal pada produk perlu diperhatikan karena melindungi konsumen atau hak-hak konsumen terhadap produk tidak halal.

B. Saran

1. Bagi pemilik UMKM UD. MJS Kediri

Diharapkan kepada pemilik untuk terus mempertahankan cita rasa, kualitas produk, memajukan UMKM olahan tahu agar lebih dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Serta diperhatikan lagi mengenai saran dan kritikan dari pembeli akan kuantitas produk.

Disarankan kepada pemilik UMKM UD. MJS Kediri untuk membenahi kemasan produk agar lebih lengkap mulai dari logo halal, tanggal kadaluarsa, dan berat bersih produk agar konsumen lebih puas lagi dengan produk olahan UMKM UD. MJS Kediri. Saran dan masukan dari konsumen sangat bermanfaat juga untuk UMKM sehingga UMKM bisa lebih membenahi agar menjadi lebih baik.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat memperluas dan mendalami teori atau masalah pada objek penelitian, agar lebih menggali mengenai UMKM dan jauh lebih baik.