

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa UMK JTB Okuy melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dijalankan oleh UMK JTB Okuy antara lain melakukan promosi dengan mengoptimalkan sosial media, pemasangan sticker pada kemasan, dan pemasangan banner di depan rumah. Serta menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang terbaik, memberikan potongan harga dan testimoni untuk menarik minat konsumen dan selalu melakukan inovasi terhadap produknya. Strategi bauran pemasaran yang telah dijalankan tersebut dilakukan secara efektif, sehingga hal ini mampu meningkatkan volume penjualan UMK JTB Okuy, hal tersebut ditunjukkan dengan kenaikan penjualan setiap tahunnya.
2. Strategi pemasaran yang diterapkan UMK JTB berhasil meningkatkan volume penjualan dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip *syariah marketing* dalam proses pemasarannya. Pada nilai teistis, pemilik UMK JTB Okuy menjaga kualitas produk dengan mengedepankan kehalalan dan kebersihan dalam proses produksi, hal tersebut diperkuat dengan memiliki sertifikat halal dan izin PIRT sehingga meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Nilai-nilai etis yang diterapkan dalam pemasarannya yaitu memberikan pelayanan yang terbaik dengan mengutamakan kejujuran, ramah dan sopan dalam berinteraksi dengan konsumen. Pemilik usaha juga

menerapkan pendekatan yang realistis dimana dalam melayani konsumen haruslah profesionalisme dan tidak membeda-bedakan konsumen. Selain itu, dalam pendekatan humanistik, pemilik usaha mengedepankan sifat manusiawi antar sesama dengan memberikan potongan harga dan testimoni kepada konsumen dan menyediakan lapangan pekerjaan kepada masyarakat sekitar sehingga dapat meningkatkan perekonomian mereka.

B. Saran

UMK JTB Okuy telah berupaya memberikan produk yang berkualitas dan cita rasa yang terbaik. Namun terdapat beberapa yang perlu ditingkatkan lagi seperti:

1. Dalam pemanfaatan media sosial belum terlalu maksimal, oleh karena itu perlu ditingkatkan lagi dalam melakukan promosi *online*, seperti membuat jadwal rutin untuk memposting foto dan konten menarik mengenai produk tersebut sehingga dapat melakukan perluasan pasar agar usaha JTB Okuy lebih dikenal banyak orang.
2. Pembuatan pembukuan keuangan pada UMK JTB Okuy perlu banyak perbaikan, agar pelaporan dan informasi keuangan dapat lebih mudah dipahami, jelas serta memudahkan pemilik usaha untuk mengetahui pemasukan dan pengeluaran pada usaha tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abuznaid, Samir Ahmad. "Islamic Marketing and Muslim Consumers' Behavior." *Asian Journal of Social Science Studies* 5, no. 1 (2020).
- Almas, Afifah Ibtihal. "Peran Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Seblak Incezz Jl. Sumber Jiput No. 59 Rejomulyo Kota Kediri)." IAIN Kediri, 2023.
- Bawana, Tate Agape, Arum Indiharwati, Suharyono, and Yudhi Novriansyah. *Pemasaran Syariah (Teori Dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam)*. Edited by Safarinda Imani. *Media Sains Indonesia*. Bandung, Jawa Barat: Media Sains Indonesia, 2023.
- Elliyana, Eka, and Dkk. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Malang: Ahlimedia Press, 2022.
- Fadjarajani. Dkk, Siti. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner*. Gorontalo: Ideas Publishing, 2020.
- Fauzan, H. *Manajemen Pemasaran Syariah*. Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2019.
- Haque-Fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, and Denok Sunarsi. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Pascal Books. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.
- Hardani. Dkk. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Haryoko. Dkk, Supto. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar, 2020.
- Hendriyati, Lutfi, and Ihsan Budi Santoso. "Strategi Pemasaran Food And Beverage Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cavinton Hotel Yogyakarta , Indonesia." *Journal of Tourism and Economic* 4, no. 1 (2021).
- Hermawan, Kertajaya, and Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006.
- Hussnain, Syed Ali. "What Is Islamic Marketing." *Global Jurnal of Management and Bussines Reseacrh* 11, no. 11 (2011).
- Indriani, Marsela. "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung Melalui Analisis Swot (Studi Kasus Pada Wisata Sumber Sugih Waras Ngadiluwih, Kediri)." IAIN Kediri, 2023.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.

- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Nawawi, Mukamat Fais. “Peran Strategi Diskon Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Jabang Sablon Desa Sidomulyo Semen Kediri).” IAIN Kediri, 2023.
- Nur, Asnawi, and Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi & Isu-Isu Kontemporer*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Oktavia, Rima. “Enterpreneursip Syariah: Menggali Nilai-Nilai Dasar Etos Kerja Islami Dalam Bisnis Rasulullah.” *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy* 1, no. 2 (2021).
- Putra, Purnama, and Wiwik AN Hasbiyah. *Teori Dan Praktik Pemasaran Syariah*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018.
- Safi’, Nasrul. “Strategi Inovasi Produk Olahan Susu Dalam Mengembangkan Usaha Perspektif Pemasaran Syariah (Studi Kasus Pusat Olahan Susu Pukid Muzifa Bunda Ani Desa Pujon Kidul Kecamatan Pujon Kabupaten Malang).” IAIN Kediri, 2023.
- Samir, Abuznaid. “Islamic Marketing: Addressing the Muslim Market.” *An - Najah Univ. J. Res. (Humanities)* 26, no. 6 (2012).
- Saparso. *Marketing Process Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan*. Jakarta: Ukrida Press, 2020.
- Satriadi. Dkk. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2021.
- Sholihah, Mahmudah Anis. “Analisis Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di UMKM Syrup Jahe 33 (Studi Kasus Pada UMKM Syrup Jahe 33 Desa Tambahsari Kec. Limbangan Kab. Kendal).” UIN Walisongo Semarang, 2021.
- Sudiantini, Dian. *Manajemen Strategi*. Banyumas: CV. Pena Persada, 2022.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta, 2015.
- Sukardi. *Koperasi Dan UMKM Kemudahan, Perlindungan Dan Pemberdayaannya Menurut UU Cipta Kerja*. Yogyakarta: Cakrawala Persada, 2021.
- Swastha, Basu, and Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Umar. Miftachul. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.
- Vinatra, Satriaji. “Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara Dan Masyarakat.” *Jurnal Akuntan Publik* 1, no. 3 (2023).

Waruwu, Ranuswati, Eduar Baene, Jeliswan Berkat Iman Jaya Gea, and Eliagus Telaumbanua. "Analisis Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Geuliss Bakery Di Kota Gunungsitoli." *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi MH Thamrin* 5, no. 1 (2024).

Zen Abdurrahman. *Strategi Genius Marketing Ala Rasulullah*. Jogjakarta: Diva Press, 2011.