

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis di atas peneliti dapat membuat kesimpulan yaitu sebagai berikut:

Penerapan strategi pemasaran 4P paling penting dan terbaik yang diterapkan di Samudra Supermarket untuk meningkatkan omset penjualan selama ini yaitu produk atau kualitas, harga produk, promosi dan tempat strategis. Pada saat ini terdapat beberapa analisa yang pertama untuk produk atau kualitas produk di Samudra Supermarket menerapkan kualitas yang baik, menerapkan dan tidak hanya menjual produk yang ternama saja akan tetapi juga menjual produk-produk UMKM. Samudra Supermarket menjual produk-produk konvensional atau umum, produk berupa rokok dan lain sebagainya. Kedua harga yang ditawarkan Samudra Supermarket sangat terjangkau sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan baik kalangan bawah maupun kalangan atas.

Strategi pemasaran yang dilakukan Samudra Supermarket dalam menarik minat masyarakat untuk berbelanja di tempat ini. Kenaikan penjualan pada 2023 sebesar 32,7% dikarenakan pelayanan yang sangat baik dilakukan oleh Samudra Supermarket dalam menjaga pelanggan yang sudah ada maupun pelanggan yang baru dengan membuat promosi harga. Pada tahun 2023 ini merupakan hasil yang maksimal yang dicapai oleh Samudra

Supermarket dalam hal penjualannya karena pada tahun tersebut persentase penjualannya sebesar 32,7% lebih besar.

Strategi pemasaran produk, harga, promosi dan tempat yang dilakukan Samudra Supermarket sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam antara lain produk yang diperjualkan sudah melalui pengecekan dan terjamin label halalnya, harga yang ditetapkan secara transparansi agar mencapai ridha sama ridha, promosi yang di iklankan sesuai dan tidak dilebih-lebihkan serta menyediakan tempat yang bersih dan nyaman bagi para konsumen.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, penulis mempunyai saran-saran yang dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya :

1. Menjaga kualitas produk dan terus meningkatkan kualitas pelayanan supaya konsumen dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya dan terus mengembangkan produk-produk terbaiknya kesemua konsumen.
2. Terus memberikan arahan juga pelatihan kepada semua karyawan dalam pemasaran yang dijalankan dengan memberikan pelayanan yang ramah, sopan dan rasa aman kepada semua konsumen agar merasakan kepuasan dalam berbelanja dan volume penjualan pun dapat mengalami peningkatan.