

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah peneliti lakukan dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan Bauran Pemasaran 7P pada Pawon Mak Gomah Kota Kediri telah dilaksanakan secara komprehensif dan efektif. Strategi produk (*Product*) ditunjukkan dengan penyajian menu khas rumahan yang autentik dan menggugah selera, harga (*Price*) ditetapkan secara terjangkau dan sesuai daya beli masyarakat, lokasi (*Place*) berada di kawasan strategis yang mudah diakses, serta promosi (*Promotion*) aktif dilakukan melalui media sosial dan kerja sama dengan *food vlogger*. Dalam aspek sumber daya manusia (*People*), pelayanan diberikan oleh staf yang ramah dan profesional. Proses (*Process*) pelayanan mengusung sistem prasmanan yang efisien, dan bukti fisik (*Physical Evidence*) mencerminkan suasana makan bernuansa tradisional Jawa yang nyaman dan bersih. Penerapan ketujuh elemen tersebut terbukti mampu meningkatkan daya tarik konsumen dan berdampak pada peningkatan penjualan.
2. Peran bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan penjualan di Pawon Mak Gomah sangat signifikan. Integrasi antara kualitas produk, strategi promosi digital, dan pelayanan konsumen yang unggul berhasil menarik lebih banyak pengunjung dan memperkuat loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan

jumlah kunjungan harian yang tinggi serta peningkatan omset yang stabil dari waktu ke waktu.

3. Bauran pemasaran 7P yang diterapkan oleh Pawon Mak Gomah selaras dengan prinsip marketing syariah. Setiap elemen bauran pemasaran diorientasikan pada nilai-nilai Islami seperti kejujuran (*shiddiq*), kecerdasan dan profesionalisme (*fathanah*), amanah dalam pelayanan, serta transparansi dalam promosi. Produk yang ditawarkan halal dan thayyib, harga ditetapkan dengan adil, serta interaksi dengan pelanggan mencerminkan nilai-nilai etis dan humanistik. Penerapan nilai-nilai tersebut tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga memberikan keberkahan usaha secara spiritual.

B. Saran

1. Bagi UMKM Pawon Mak Gomah, Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat diberikan adalah agar pihak manajemen Pawon Mak Gomah senantiasa mempertahankan kualitas dan konsistensi dalam penerapan strategi bauran pemasaran 7P, serta terus berinovasi terutama dalam pengembangan produk dan promosi digital yang lebih kreatif. Langkah ini penting dilakukan guna mempertahankan loyalitas pelanggan sekaligus menarik segmen pasar yang lebih luas di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif. Selain itu, pendekatan berbasis nilai-nilai syariah yang selama ini telah diterapkan hendaknya terus ditingkatkan dan dijadikan landasan utama dalam seluruh aktivitas bisnis agar keberkahan usaha tetap terjaga.

2. Bagi Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri, semoga bisa menjadi bahan rujukan bagi para pembaca dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan serta acuan penelitian selanjutnya.
3. Bagi Peneliti, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif atau campuran, serta memperluas objek penelitian pada UMKM lain di sektor kuliner atau industri jasa lainnya untuk melihat efektivitas bauran pemasaran 7P dalam konteks marketing syariah secara lebih luas.