

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran Bakso Urat Pak Kumis dalam meningkatkan volume penjualan, dapat disimpulkan bahwa usaha kuliner ini telah menerapkan perumusan strategi pemasaran secara sistematis yang terdiri dari analisis pasar, segmentasi pasar, penentuan posisi serta pelaksanaan bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu produk, harga, tempat/distribusi dan promosi. Dalam aspek produk, pelaku usaha menjaga kualitas rasa dan variasi menu seperti bakso urat, es, tetelan dan gaji yang menjadi ciri khas. Harga diterapkan secara kompetitif agar dapat dijangkau oleh lapisan masyarakat menengah ke bawah. Lokasi usaha dipilih secara strategis di samping Pasar Setonobetek Kota Kediri, serta membuka cabang untuk memperluas jangkauan pasar. Promosi dilakukan secara modern melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok sampai juga mendapatkan bantuan dari para *vlogger* makanan untuk *review* Bakso Urat Pak Kumis, selain itu promosi dari mulut ke mulut oleh pemilik usaha kepada pelanggan. Interaksi langsung dengan pelanggan dan suasana usaha yang nyaman turut menjadi daya tarik tersendiri.
2. Dari perspektif *marketing syariah*, Bakso Urat Pak Kumis juga telah menerapkan prinsip-prinsip bisnis Islami yang berperan penting dalam membangun kepercayaan masyarakat dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelaku usaha menjamin produk yang dijual halal, tidak ada unsur penipuan atau manipulasi informasi, serta transparan dalam proses produksi dan

penyajian. Interaksi antara penjual dan pembeli dilakukan dengan sopan, jujur, dan saling menghargai tanpa adanya tekanan atau tipu daya. Selain itu, pengelolaan usaha juga mencerminkan etika bisnis Islami, seperti sistem penggajian yang adil kepada karyawan, libur setiap hari jum'at karena mayoritas karyawan laki-laki, melakukan promosi media sosial dengan aslinya sama tanpa ada yang dilebih-lebihkan dan menjaga kebersihan lingkungan usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial. Pendekatan humanistik dalam pelayanan dan citra usaha yang amanah turut membangun loyalitas pelanggan. Hal ini memberikan dampak positif pada peningkatan jumlah kunjungan dan frekuensi pembelian, sehingga mendukung pertumbuhan penjualan secara berkelanjutan. Hasilnya, omzet penjualan mengalami peningkatan setiap tahun, yaitu Rp187.200.000 pada tahun 2022, Rp218.400.000 pada tahun 2023, dan Rp234.000.000 pada tahun 2024, membuktikan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan efektif dalam meningkatkan jumlah pembeli dan memperluas pangsa pasar. Penerapan nilai-nilai syariah dalam pemasaran bukan hanya meningkatkan kuantitas penjualan, tetapi juga membangun citra positif usaha di mata masyarakat luas, khususnya kalangan Muslim yang peduli akan kehalalan dan etika bisnis. Kesimpulan akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Bakso Urat Pak Kumis Setonobetek Kota Kediri sudah cukup baik dan relevan dengan kondisi pasar saat ini. Selain itu, integrasi nilai-nilai marketing syariah dalam strategi pemasaran semakin memperkuat posisi usaha di tengah persaingan bisnis kuliner dan membantu dalam mempertahankan serta meningkatkan penjualan secara signifikan.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan penelitian mengenai strategi pemasaran Bakso Urat Pak Kumis Setonobetek Kota Kediri dalam meningkatkan penjualan perspektif *marketing* syariah, berikut saran yang dapat diberikan:

1. Saran untuk Pelaku Usaha

Sebaiknya Bakso Urat Pak Kumis mulai menerapkan sistem pencatatan penjualan harian atau mingguan baik secara manual ataupun digital guna mendukung evaluasi bisnis dan pengambilan keputusan yang lebih tepat. Sekain itu dalam rangka memperluas jangkauan pasar, sebaiknya usaha ini mulai mempertimbangkan layanan *delivery online* melalui platform seperti GoFood, GrabFood atau ShopeeFood.

2. Saran untuk Pembaca

Bagi pembaca, khususnya calon wirausaha atau pelaku UMKM, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dan beretika, terutama dalam konteks bisnis berbasis syariah. Dengan memahami prinsip-prinsip *marketing* syariah seperti kejujuran, transparansi dan tanggung jawab sosial diharapkan pembaca dapat mengimplementasikan dalam usaha mereka masing-masing.

3. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk dapat lebih mengkaji lebih mendalam mengenai implementasi prinsip syariah dalam pemasaran guna meningkatkan penjualan, termasuk batasan-batasan promosi, iklan dan praktik bisnis yang sesuai syariat.