

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai peran strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada UD Bumi Ayu, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan UD Bumi Ayu disusun dengan memperhatikan komponen strategi pemasaran, yaitu segmentasi pasar, target pasar, diferensiasi, dan penentuan posisi pasar. Segmentasi pasar UD Bumi Ayu mencakup pedagang skala kecil yang komunikatif, tidak banyak komplain, dan cenderung mengikuti harga pasar di wilayah Kediri dan Nganjuk. Pedagang ayam potong di pasar tradisional menjadi target utama, sedangkan konsumen rumah tangga merupakan target sekunder yang menjadi tambahan penjualan pada situasi tertentu. Dengan produk yang bersifat homogen, UD Bumi Ayu melakukan pembedaan pada sumber pasokan ayam yang dibeli langsung dari peternak tanpa perantara broker. Pembedaan ini memungkinkan UD Bumi Ayu memperoleh informasi yang lebih akurat terkait kondisi dan harga ayam broiler serta meningkatkan efisiensi harga karena harga beli lebih rendah tanpa tambahan margin broker. Berdasarkan keunggulan tersebut, UD Bumi Ayu memposisikan diri sebagai *supplier* ayam broiler yang mengutamakan kualitas tanpa menambah harga beli maupun harga jual kepada konsumen. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan mengacu pada konsep 4P, yaitu product, price, place, dan promotion. Pada aspek produk, UD Bumi Ayu menawarkan ayam broiler

sebagai satu-satunya produk dengan kualitas yang baik. Penetapan harga disesuaikan dengan harga pasar setiap hari agar tetap mampu bersaing dan menjaga kestabilan penjualan, serta memberikan harga khusus bagi konsumen yang lancar dalam pembayaran. Pada aspek tempat, lokasi usaha tergolong strategis karena berada di tepi jalan raya yang menghubungkan Kabupaten Kediri dan Kabupaten Blitar, namun aktivitas usaha lebih berfokus pada distribusi ayam broiler menggunakan mobil pikap. UD Bumi Ayu memiliki empat unit mobil pikap, dengan tiga unit aktif digunakan dan satu unit sebagai cadangan, serta jalur pengiriman berbeda untuk mendukung efektivitas distribusi. Pada aspek promosi, UD Bumi Ayu memanfaatkan aplikasi WhatsApp serta menjaga hubungan baik dengan tetangga, masyarakat, dan konsumen untuk mendukung promosi dari mulut ke mulut. Berdasarkan hasil penelitian, penerapan strategi bauran pemasaran tersebut tidak menunjukkan adanya praktik yang bertentangan dengan prinsip syariah. Setiap unsur bauran pemasaran diterapkan dengan mengedepankan kejujuran, tanggung jawab, keadilan, serta pelayanan yang baik kepada konsumen dalam menjalankan kegiatan usaha.

2. Peran strategi bauran pemasaran yang diterapkan UD Bumi Ayu dalam meningkatkan volume penjualan menunjukkan hasil dengan adanya peningkatan volume penjualan dalam empat tahun kebelakang. Meskipun persentase dari peningkatan volume penjualan cenderung menurun, tetapi volume penjualan tetap mengalami peningkatan. Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur volume penjualan, yakni mencapai target penjualan, mendapatkan laba tertentu, dan menunjang

pertumbuhan bisnis. Namun, dari kondisi UD Bumi Ayu, indikator mencapai target penjualan diterapkan dalam pengukuran keberhasilan penjualan perusahaan karena tidak adanya target penjualan. Untuk dua indikator lain, yakni mendapatkan laba tertentu dan menunjang pertumbuhan bisnis. Volume penjualan yang dilakukan UD Bumi Ayu mampu menghasilkan laba bagi perusahaan. Dengan demikian, indikator mendapatkan laba telah tercermin dalam kegiatan penjualan UD Bumi Ayu dan sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa volume penjualan yang baik dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Peningkatan volume penjualan yang terjadi dari tahun ke tahun turut mendukung perkembangan usaha UD Bumi Ayu. Maka indikator menunjang pertumbuhan usaha telah tercermin dalam kondisi perusahaan dan sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa peningkatan volume penjualan dapat mendukung pertumbuhan bisnis. Berdasarkan hasil penelitian, peningkatan volume penjualan tersebut diperoleh melalui kegiatan usaha yang tidak menunjukkan adanya praktik yang bertentangan dengan prinsip syariah, sehingga upaya perusahaan dalam meningkatkan penjualan tetap memperhatikan nilai kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam menjalankan kegiatan usaha.

B. Saran

UD Bumi Ayu telah berupaya merancang strategi bauran pemasaran yang terbaik demi kelancaran jalannya usaha, namun terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan lagi, diantaranya:

1. Bagi pemilik UD Bumi Ayu perlu senantiasa menjaga kualitas ayam broiler dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen melalui komunikasi yang

baik, respons yang cepat terhadap kebutuhan konsumen, serta menjaga hubungan kerja sama yang baik ditengah persaingan antar sesama *supplier* demi menjaga kestabilan volume penjualan.

2. Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi belum dilakukan dengan maksimal. Dengan potensi pasar yang besar, penggunaan media sosial secara lebih detail dapat membantu UD Bumi Ayu melihat dinamika pasar ayam broiler yang lebih luas dan membantu memperluas jaringan konsumen.