

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis menguraikan pembahasan mengenai efektivitas pemasaran melalui sistem konsinyasi ditinjau dari etika bisnis Islam pada UMKM Mutiara Bunda Kota Kediri, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemasaran melalui sistem konsinyasi yang dilakukan oleh UMKM Mutiara Bunda terbukti dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan penjualan. Hal ini ditunjukkan dengan semakin luasnya jangkauan distribusi produk melalui kerja sama dengan berbagai mitra atau toko, serta meningkatnya volume penjualan dari tahun ke tahun. Selain itu, jumlah pelanggan juga mengalami peningkatan, baik pelanggan baru maupun pelanggan tetap, sehingga sistem konsinyasi mampu membantu pengembangan usaha secara berkelanjutan meskipun masih dalam tahap berkembang dalam penguasaan pasar.
2. Pemasaran melalui sistem konsinyasi yang dilakukan oleh UMKM Mutiara Bunda, jika ditinjau dari etika bisnis Islam telah sesuai dengan prinsip tauhid, keadilan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Hal ini tercermin dalam pelaksanaan usaha yang menjunjung nilai kejujuran, transparansi dalam pembagian hasil, menjaga kualitas produk, serta adanya sistem pengembalian barang yang tidak terjual atau rusak. Selain itu, hubungan kerja sama antara pemilik usaha dan mitra konsi berjalan

secara baik dan saling menguntungkan. Namun demikian, dalam praktiknya masih terdapat aspek yang perlu diperkuat, khususnya terkait penetapan harga oleh mitra. Kebebasan dalam menentukan harga telah mencerminkan prinsip kehendak bebas, akan tetapi dari sisi keadilan masih memerlukan adanya pengendalian harga (*price control*) guna menghindari ketimpangan harga yang berpotensi merugikan konsumen dan menjaga keseimbangan pasar. Dengan demikian, praktik pemasaran yang dijalankan telah mencerminkan etika bisnis Islam, meskipun masih memerlukan penyempurnaan pada aspek tertentu.

B. Saran

Permasalahan pada UMKM Mutiara Bunda dalam sistem konsinyasi meliputi keterlambatan pengiriman stok, ketidakteraturan harga di toko mitra, pencantuman tanggal kedaluwarsa (*expired date*), serta penurunan jumlah mitra. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas pemasaran belum maksimal dan berpotensi menurunkan kepercayaan mitra serta keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, guna meningkatkan efektivitas pemasaran melalui sistem konsinyasi yang selaras dengan prinsip etika bisnis Islam, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. UMKM Mutiara Bunda sebaiknya meningkatkan ketepatan waktu dalam pengiriman stok maupun pengambilan barang retur (barang yang tidak terjual) dengan membuat jadwal distribusi yang lebih teratur dan konsisten.
2. UMKM Mutiara Bunda diharapkan mencantumkan tanggal produksi

dan tanggal kedaluwarsa (*expired date*) pada setiap kemasan produk sebagai bentuk tanggung jawab kepada konsumen.

3. UMKM Mutiara Bunda disarankan untuk menetapkan kebijakan harga yang lebih terstruktur dan terkontrol, seperti menentukan rentang harga jual (minimum dan maksimum) yang dapat dijadikan acuan oleh mitra dalam melakukan penjualan, guna menjaga konsistensi harga di pasar.
4. Untuk mengatasi penurunan jumlah mitra, UMKM perlu melakukan evaluasi terhadap sistem kerja sama yang telah berjalan, termasuk aspek komunikasi, pelayanan, dan tingkat kepuasan mitra. Selain itu, diperlukan upaya untuk menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan mitra melalui komunikasi yang intensif, pelayanan yang responsif, serta pemenuhan hak dan kewajiban secara adil.