

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa dan pembahasan yang peneliti lakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan mengenai Strategi Pemasaran Harummanis Bang Toyib Lamongan dalam meningkatkan penjualan, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam melakukan strategi pemasaran, home industry Harummanis Bang Toyib Lamongan menggunakan bauran pemasaran atau marketing mix yaitu memiliki variabel yaitu:
 - a. Produk, produk harummanis home industry harummanis Bang Toyib Lamongan hanya menggunakan bahan pilihan yang alami seperti gula pilihan dan pewarna makanan tanpa menggunakan perasa dan pengawet. Hal tersebut dilakukan oleh produsen Bang Toyib karena mereka menyadari bahwa keamanan dalam produksi merupakan hal yang penting, karena produk yang di jual adalah jenis produk makanan.
 - b. Harga, dalam penentuan harga pada *home industry* Harummanis Bang Toyib Lamongan ditentukan oleh faktor- faktor yang mempengaruhi penetapan harga, seperti bahan baku dan tenaga kerja. Harga harummanis di Bang Toyib tergolong terjangkau.
 - c. Tempat, penempatan letak lokasi home industry harummanis Bang Toyib Lamongan cukup strategi karena letaknya sudah strategis

karena dekat dengan kantor kecamatan dan letaknya tidak jauh dari jalan raya utama. Selain itu lokasi home industry harummanis bang Toyib Lamongan dapat ditemukan pada navigasi lokasi yang memudahkan konsumen untuk menemukan home industry ini

d. Promosi, dalam hal promosi *home industry* Harummanis Bang Toyib Lamongan memanfaatkan adanya media sosial yang dilakukan secara online seperti instagram, facebook, dan what up. Selain itu promosi dilakukan dengan cara mengikuti bazaar, dan pengenalan usaha UMKM.

2. Peningkatan penjualan harummanis pada *home industry* harummanis Bang Toyib Lamongan dapat dikatakan signifikan, hal ini dapat diketahui melalui data penjualan harummanis yang dari tahun ke tahunnya mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut terjadi karena konsumen sudah percaya kepada *home industry* ini yang mana produk yang dihasilkan merupakan produk yang bermutu, selain itu produsen ini memikirkan agar konsumen tertarik untuk membeli di *home industry* Bang Toyib yaitu melakukan promosi yang berupa memberi diskon dan adanya harga grosir, serta adanya pemberian berbagai bonus yang dapat menarik minat dan beli konsumen pada *home industry* ini.

B. Saran

Berdasarkan proses dan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka peneliti memberikan saran- saran sebagai berikut:

1. Bagi *Home Industry* Harummanis Bang Toyib Lamongan.

Dalam melakukan pemasaran untuk mendapatkan konsumen, alangkah baiknya jika manajemen lebih aktif untuk melakukan update hal-hal yang berkaitan dengan produk yang di tawarkan. Semisal lebih aktif di media sosial instagram upload foto, testimoni dan lain sebagainya, agar produk harummanis dapat lebih dikenal oleh khalayak umum dan dapat menambah penjualan.

2. Bagi peneliti pribadi.

Diharapkan dapat menggunakan strategi pemasaran dengan tujuan menambah khazanah ilmu pengetahuan dan dapat menerapkan dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Aljalandi, “ Strategi Pemasaran Produsen Muslim dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi kasus di UD. Tenun Ikat Medali Mas Bandar Kidul Kota Kediri)”, (Skripsi tidak diterbitkan, Kediri: STAIN Kediri, 2016
- Alma,Buchari. *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai danPraktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Al-Mubin Al-Qur’an dan Terjemahannya (Jakarta Timur: Pustaka Al-Mubin, tt Amrin, Abdullah. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, Jakarta:Cikal Sakti, 2007.
- Arif, M Nur Riyanto. *Al Dasar- Dasar Pemasaran Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Baihaqi, Muh. Nasrul. “Analisis Strategi Pemasaran Toko Vanhelen Dalam Meningkatkan Penjualan (Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam)” (Skripsi Sarjana IAIN Tulungagung, 2017.
- Basrowi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Departemen Agama RI, Al- Qur’an dan Terjemahnya*, Semarang: CV. Toha Putra, 1989.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Gunara, Thorik. dan Utus Hardiono Sudibyo, “*Marketing Muhammad Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*”, Bandung:Karya Kita, 2007.

- Hadi,Sutrisno. *Metodologi Research I*, Yogyakarta: Adi Offset, 2000.
- Hermansyah, *Pokok- Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta: Penerbit Kencana, 2009.
- Hery, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta:PT. Grasindo, 2019.
- Huda,Qomarul. *Fiqih Muamalah*, Yogyakarta: Teras, 2011.
- Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, Bandung: Refika Aditama, 2014.
- Indrawan, Rully dan R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian*, Bandung: Refika Aditama, 2014.
- Kartini Kartono, Pengantar Studi Research, Bandung: Kencana, 1998.
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *SyariahMarketing*, Bandung: Mizan, 2006.
- Kertajaya, Hermawan *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka,2006.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007.
- Laili, Rizky Nur. “ *Peranan Home Industri Pia Latief Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan*”, (Skripsi tidak diterbitkan, Kediri: STAIN Kediri, 2017
- Machfoedz, Mahmud. *Komunikasi Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Cakra Ilmu, 2010.
- Moloeng, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1998.
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Gra Findo Persada, 2009.

- Mujab, Ahmad. “*Strategi Pemasaran Parik Roti Naf’a Bakery Dusun Pandan Desa Canggu Kecamatan Badas Kabupaten Kediri Ditinjau dari Syariah Marketing*” (Skripsi Sarjana STAIN Kediri, Kediri 2016).
- Munginin, M Burhan. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2003.
- Mustaq,Ahmad. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Al- Kautsar, 2001.
- Patilima, Hamid. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah STAIN Kediri (Kediri: Stain Kediri, 2014).
- Pradja, Juhaya S. *Manajemen Perusahaan*, Bandung: Pustaka Setia,2014.
- Prastowo, Andi. *Memahami Metode-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Retnosari, Yetty. “*Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan Ditinjau dari Marketing Syariah (Studi Kasus Perumahan Greenland Gajah Mada PT. Sukses Asli Perkasa Kediri)*” (Skripsi: IAIN Kediri, Kediri, 2018
- Rianto, M. Nur. *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: ALFABETA, 2012.
- Rivai,Veithzal. *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*, Jakarta:Gramedia, 2012
- Rokan, Mustafa Kamil, Undang-Undang Hukum Persaingan Usaha, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Sa’idah, Irma Marfuatus.“*Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Pengiklan*” (*Studi Kasus pada Radio Kencana FM kota Malang*)” (Skripsi UIN Malang, Malang, 2016).

- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makassar: CV. Sah Media, 2019.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, *Metodologi Penelitian pendekatan praktis dalam Penelitian Edisi I*, Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Simarura, Bilson. *Memenangkan Pasar Dalam Pemasaran Efektif dan Profitable*, Jakarta: PT. Gramedia, 2003.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Efendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Pustaka LP3ES, 1995.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)*
- Suharsaputra,Uhar. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, daan Tindakan*, Bandung: Refika Aditama, 2012.
- Suharsimi arikanto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002
- Suhartono, Irwan *Metodologi Penelitian Sosial*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995.
- Sumarsan, Thomas. *Sistem Pengendalian Manajemen (Konsep, Aplikasi dan Pengukuran Kinerja)*, Jakarta, Indeks, 2011.
- Terry,George R. *Prinsip- Prinsip Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Widoyoko, Eko Putro.*Tekhnik Penyusunan Instrumen Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- <http://Keterampilanhomeindustry.blogspot.com/>, diakses tanggal 05 Agustus 2020.