

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan, maka terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan:

1. Strategi pemasaran UD. Imron Pusat Tali Terpal Dalam Meningkatkan Pendapatan. Strategi Promosi yaitu dengan cara menjemput bola atau mendatangi secara langsung ke perusahaan-perusahaan pembuat terpal dan penjahit terpal dengan cara menawarkan produk serta memberikan *sample* secara gratis, dan juga memanfaatkan media sosial meskipun kurang aktif dalam penggunaannya. Strategi produk yaitu produk yang dihasilkan ada 2 jenis ukuran tali terpal yakni 1mm dan 3 mm. Strategi harga yaitu untuk harga disini memberikan harga secara kilo-an untuk yang ukuran 1 mm 7000/kg dan untuk ukuran 3mm 6000/kg. Strategi distribusi yaitu Dalam proses pengiriman barang UD. Imron Pusat Tali Terpal selalu berupaya untuk cepat dalam pengiriman barang dan mempunyai ketersediaan stok agar pembeli tidak menunggu lama. UD. Imron Pusat Tali Terpal juga memudahkan pembeli dalam sistem pembayaran. Pembeli bisa membeli barang secara cash maupun dicicil. Tidak ada perbedaan harga antara pembayaran yang cash maupun yang dicicil/angsuran.
2. Pandangan *marketing syariah* mengenai strategi pemasaran UD. Imron Pusat Tali Terpal Dalam Meningkatkan Pendapatan. Yaitu sudah

seungguhnya mengimplementasikan konsep pemasaran secara Islam, seperti Produk yang ditawarkan halal, dalam menentukan harga tidak merugikan kedua belah pihak, lokasi usaha yang sangat strategis mudah dijangkau konsumen,serta melakukan promosi dengan jujur dan benar mengenai kualitas produk serta melayani konsumen dengan salam, senyum, sopan, sapa, santun, dan bantu.

B. SARAN

1. Bagi UD. Imron Pusat Tali Terpal diharapkan tetap melakukan strategi pemasaran sesuai dengan yang telah dilakukan dan menjaga hubungan baik antar pembeli supaya strategi pemasarannya bisa berjalan dengan lebih baik. Serta lebih mengoptimalkan lagi dalam penggunaan media sosial.
2. Bagi pembeli tali tampar terpal diharap lebih berhati-hati dalam pembelian tali terpal dan memperhatikan kesepakatan dalam proses bertransaksi.