

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Strategi yang digunakan permen tape UD Sinar Jaya yaitu bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process and physical evidence*). Strategi bauran pemasaran 7P digunakan oleh permen tape UD Sinar Jaya untuk meningkatkan jumlah penjualan agar usaha dapat bertahan walau saat pandemi Covid-19 terjadi dan dapat bersaing di pasaran. Guna menunjang keputusan pembelian dari pihak distributor atau *reseller*, UD Sinar Jaya memberikan alternatif pembayaran lewat bank dan konsinyasi. Produk permen tape UD Sinar Jaya yang dipasarkan memiliki varian rasa, kemasan, berat isi dan harga. Upaya UD Sinar Jaya dalam mempertahankan usaha di masa Pandemi Covid-19 yaitu menjaga kepercayaan relasi bisnisnya dan mencari mitra kerja baru, menambah item kemasan dan harga baru, dan memaksimalkan pelayanan terhadap konsumen. Hasilnya omzet penjualan meningkat setelah perubahan bauran pemasaran 7P diimplementasikan dengan baik.
2. *Marketing Syariah* yang diterapkan oleh UD Sinar Jaya dalam strategi bauran pemasaran 7P telah diimplementasikan dengan baik sesuai konsep pemasaran islam, dimana di dalamnya tidak ada unsur penipuan ataupun ketidakadilan yang dapat merugikan pihak lain. UD Sinar Jaya melakukan promosi dengan jujur dan benar mengenai kualitas produk saat melayani konsumen serta menjaga etika dan bersikap profesional. Menerapkan

*marketing syariah* pada pemasaran produk permen tape UD Sinar Jaya ini akan memberikan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk permen tape yang dijual.

## **B. Saran**

Setelah peneliti menemukan hasil penelitian dari pembahasan, maka peneliti perlu menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi UD Sinar Jaya diharapkan tetap melakukan strategi bauran pemasaran sesuai dengan yang telah dijalankan dan mengembangkan lagi strategi-strategi pemasaran lainnya agar terjalin hubungan baik antar konsumen serta strategi bauran pemasarannya bisa berjalan lebih baik lagi. Peneliti berharap UD Sinar Jaya tetap memegang teguh jiwa *marketer syariahnya*, serta mulai memasarkan produknya dengan menggunakan akun media sosial sendiri.
2. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan atau referensi kajian dalam keilmuan yang berkaitan dengan bauran pemasaran 7P. Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa dikembangkan lebih luas lagi untuk penelitian selanjutnya.