BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, maka terdapat beberapa kesimpulan dari penelitian yaitu:

5.1.1 Strategi pemasaran yang diterapkan oleh UD. Sriwijaya dalam bersaing yaitu menggunakan strategi marketing mix 4P, yaitu strategi *product* (produk), strategi *price* (harga), strategi *place* (tempat), dan strategi *promotion* (promosi). Pada usaha UD. Sriwijaya terdapat beberapa macam produk yaitu tempe, tahu mentah, dan tahu goreng. Strategi harga UD. Sriwijaya menetapkan harga yang murah sesuai kemampuan daya beli masyarakat disertai dengan kualitas produk yang bagus. Strategi tempat yaitu UD. Sriwijaya memberikan kemudahan akses bagi konsumen yang ingin belanja langsung di sana, serta menyediakan jasa antar tanpa ada biaya pengantaran. Dalam hal promosi, UD. Sriwijaya menggunakan sistem *personal selling* yaitu dengan cara menawarkan langsung ke pembeli dengan tujuan untuk mendapatkan pelanggan baru agar membeli produk yang dijual.

5.1.2 Penerapan *marketing mix* pada UD. Sriwijaya dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sudah sesuai dengan karakteristik dan prinsip syariah yang terdiri dari *Rabbaniyah, Etis, Realistis,* dan *Humanistis.*

5.2 Saran

Berdasarkan hasil skripsi ini penulis ingin memberikan saran-saran kepada pihak yang terkait dan semoga bisa menjadi sumbangan saran yang lebih bermanfaat untuk kearah yang lebih baik, yaitu:

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

5.2.1 Bagi Usaha UD. Sriwijaya

Diharapkan bisa mengevaluasi dan mempelajari beberapa strategi yang lain misalnya mencoba untuk mempromosikan produknya baik lewat internet, ataupun iklan. Selain itu juga diharapkan agar tetap konsisten menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan syariat Islam.

5.2.2 Bagi para pelaku usaha

Diharapkan dari tulisan ini dapat menerapkan strategi pemasaran seperti *marketing mix* sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yaitu berlandaskan al-Qur'an dan Hadis.

5.2.3 Bagi Mahasiswa

Harapan penulis untuk dapat menyalurkan semangat penelitian mengenai strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah, karena melihat dari perkembangan ekonomi saat ini, sangat memungkinkan penerapan *marketing syariah* bisa digunakan dalam dunia bisnis.

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE