

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang sudah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya tentang strategi bauran pemasaran 4P dalam meningkatkan volume penjualan pada Business Center Medan 8, maka dengan ini penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa :

1. Strategi marketing mix dalam meningkatkan penjualan pada Business Center Medan 8 yaitu dari segi produk, Business Center menawarkan semua varian produk HNI mulai produk herbal, health food, kosmetik dan perawatan rumah dan fashion serta lifestyle islami. Dari segi harga, Business Center Medan 8 menetapkan dua harga yaitu harga agen/member dan harga konsumen biasa. Dari segi tempat/saluran distribusi pada Business Center Medan 8 dapatkan saluran distribusi pada Business Center Medan 8 sangat mudah untuk dijumpai supplier house, pemilihan lokasi di diarea keramaian tepatnya dekat dengan pajak, persediaan produk HNI di Business Center Medan 8 selalu tersedia, transportasi yang digunakan Business Center Medan 8 ialah Ekspedisi sendiri dan untuk pengiriman jauh menggunakan jasa kereta api, simpati dan jnt dan untuk cakupan logistik yaitu penyimpanan di Business Center Medan 8 ini disediakan tempat yang tidak terlalu besar tetapi muat untuk menyimpan barang HNI. Dari segi promosi yang dilakukan Business Center dengan

sistem personal selling, home sharing, PCA (Pakai, Cerita, Ajak) dan sosial media. Strategi marketing mix yang dijalankan oleh Business center medan 8 sudah sesuai dengan ajaran syariat islam.

2. Dampak strategi marketing mix terhadap peningkatan penjualan pada Business Center Medan 8 setiap periode-periode di mana strategi menghasilkan kenaikan yang cukup signifikan dalam penjualan produk. Namun, ada juga waktu-waktu ketika strategi marketing mix tidak memberikan hasil yang sama memuaskan. Terdapat bulan-bulan atau periode tertentu di mana Business Center Medan 8 mengalami penurunan dalam penjualan.
3. Kendala yang dihadapi oleh Business Center Medan 8 adalah yang pertama kurangnya tenaga kerja untuk menangani pemasaran, kurang paham digital tidak dapat menerapkan promosi online secara optimal untuk menarik minat masyarakat lebih banyak dan harga kompetitif tidak bisa menurunkan harga jika tidak ada aturan pusat HNI.

5.2 SARAN

Berdasarkan deskripsi penelitian dan pembahasan, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan sehingga saran yang dapat diberikan dari penelitian ini agar dapat dijadikan pertimbangan untuk menyempurnakan penelitian adalah :

1. Bagi Business Center Medan 8

Diharapkan Business Center Medan 8 pentingnya untuk memiliki pendekatan yang lebih baik dalam mengelola strategi marketing mix. Perlu terus memantau dan menganalisis data penjualan secara rutin, mengidentifikasi penyebab dari kenaikan dan penurunan tersebut, dan kemudian menyesuaikan strategi sesuai kebutuhan.

2. Bagi Universitas Potensi Utama

Diharapkan agar Universitas Potensi Utama meningkatkan kerjasama dengan tempat-tempat yang memiliki lisensi syariah atau halal dalam menyediakan lokasi penelitian untuk memudahkan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan tugas akhir mahasiswa/i.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan bahan acuan yang membantu peneliti selanjutnya. Peneliti juga diharapkan dapat lebih banyak membaca referensi atau sumber literatur

lain sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih berkembang dan bervariasi.