

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan tentang “Strategi Promosi Produk Untuk Pencapaian Target Penjualan Perusahaan Perspektif Islam di Indomaret Golantepus Mejobo Kudus”. Maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi promosi produk perspektif Islam yang dilakukan Indomaret Golantepus dalam mencapai target penjualannya.

Strategi promosi yang dilakukan perusahaan adalah sebagai berikut:

Promosi bulanan (PBI, Promosi tebus murah produk sponsor), Promosi mingguan (PTW atau *Product Of The Week*, Super Hemat, Heboh, JSM atau Jumat Sabtu Minggu, Promosi Harian (Potongan Harga), *Cashback* 20% dengan belanja Rp.50.000,- pembayaran melalui aplikasi I-Saku pada akhir pekan.

Strategi promosi yang diterapkan oleh PT. Indomarco Prismaatama sudah sesuai dengan perspektif Islam yaitu pada praktek-praktek pemasaran yang diajarkan dalam Islam tidak melakukan tindakan yang menyimpang seperti: penipuan, iklan palsu, kezaliman, kebohongan, kecurangan, propaganda dan sebagainya.

2. Pencapaian penjualan Indomaret Golantepus dengan strategi promosi produk terhadap target penjualan perusahaan perspektif Islam.

Berikut merupakan usaha yang dilakukan tim toko agar mencapai target penjualan di antaranya:

Antar personil toko saling menjaga komunikasi dan kekompakan tim, Setiap personil dapat menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dalam bekerja, Selain itu diperlukan juga adanya dorongan motivasi yang tinggi dari pihak perusahaan, Berdoa sebelum dan sesudah melaksanakan pekerjaan

Dengan adanya strategi promosi yang diterapkan pihak perusahaan melalui standar operasional prosedur PT.

Indomarco Prismatama. Indomaret Golantepus dapat mencapai target penjualan perusahaan.

Berikut merupakan beberapa pencapaian penjualan di antaranya : Dapat meningkatkan minat dan pola belanja konsumen, Meningkatkan pemakaian suatu produk yang dipromosikan, Mampu mengenalkan produk yang dipromosikan, Adanya kenaikan penjualan tiap bulannya yang didasarkan pada SPD toko

Jika dilihat secara perspektif Islam pencapaian penjualan yang dilakukan PT. Indomarco Prismatama tidak terlepas dari kerjasama tim dan cara memperlakukan konsumen dengan memberikan produk yang berkualitas seperti yang dijelaskan dalam teori faktor yang mempengaruhi volume penjualan berdasarkan syariat Islam.

3. Kendala yang dialami Indomaret Golantepus dalam mencapai target penjualan dan solusinya.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan narasumber, adapun kendala yang dialami Indomaret Golantepus dalam mencapai target penjualan di antaranya:

Barang yang dipromosikan kurang menarik minat konsumen. Solusi dari kendala yang dialami adalah: Memberikan penawaran dengan harga yang paling murah, Menjelaskan keunggulan dari produk yang dipromosikan

Banyaknya barang yang dipromosikan menyebabkan penawaran kurang maksimal. Solusi dari kendala yang dialami adalah : Diperlukan kerjasama dalam tim untuk melakukan penawaran barang yang dipromosikan, sehingga penawaran tidak terfokus pada kasir saja, Menyampaikan pada shift berikutnya tentang kurangnya pencapaian target promosi pada shift sebelumnya, sehingga target promosi yang ditentukan oleh perusahaan dapat tercapai

Aturan promosi yang dipakai perusahaan kurang dipahami oleh konsumen. Solusi dari kendala yang dialami adalah : Memberikan penjelasan kepada konsumen pada saat melakukan transaksi pembayaran, jika barang yang dibeli konsumen ikut dalam aturan promosi yang sedang berlangsung. Sehingga dapat memaksimalkan konsumen dalam berbelanja produk promosi lebih dari satu jenis.

Membuat paket belanja yang berisikan produk promosi dengan mekanisme yang sama. Sehingga konsumen tinggal pilih paket yang berisi barang promosi yang sedang berlangsung.

Kurangnya ketersediaan barang yang dipromosikan dalam pengiriman menjadikan sulitnya personil toko untuk mencapai jumlah target yang telah ditentukan perusahaan. Solusi dari kendala yang dialami adalah : Memberitahu pada atasan jika stock promosi yang ada di toko sedang kosong dan belum ada pengiriman dari DC (*Distribution Center*), Melakukan promosi yang jumlah barangnya banyak dengan periode promosi yang sedang berlangsung.

Dilihat secara perspektif Islam penanganan solusi sudah sesuai dengan konsep distribusi dalam ekonomi Islam yang didasarkan pada nilai-nilai manusiawi yang sangat mendasar dan penting, yaitu nilai kebebasan dan nilai keadilan.

## B. Saran

Sebagai akhir dari penulisan skripsi ini, berdasarkan penelitian yang penulis lakukan. Maka ada beberapa hal yang mungkin bisa menjadi bahan masukan diantaranya yaitu:

### 1. Peneliti menyarankan untuk Indomaret:

Agar promosi dapat berjalan sesuai dengan arahan pihak perusahaan dan mencapai target yang ditentukan tentunya butuh konsistensi dalam bekerja, loyalitas perusahaan, dan kekompakan tim. Selain promosi yang ditawarkan diperlukan juga kualitas pelayanan dan kebersihan toko yang membuat kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Sehingga pada saat berbelanja konsumen lebih nyaman untuk berlama-lama di toko untuk memilih barang belanja yang banyak.

### 2. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya:

Peneliti harus menambahkan variabel lain agar Indomaret dapat mengetahui kekurangan yang perlu dibenahi. Peneliti diharapkan memperluas kajian tentang promosi Indomaret karena kedepannya tidak mungkin jika sistem promosi yang dijalankan tidak akan mengikuti perkembangan teknologi yang ada.