

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Badan usaha milik pesantren (BUMPes) PP. Lirboyo didirikan oleh KH. Abdul Qodir Ridwan (alm), KH. Agus Adibussholeh, dan Agus Ahmad Zulfa Laday Robbi. Berlokasi di pondok pesantren Lirboyo, BUMPes ini memberikan ilmu keagamaan dan ekonomi kepada santri untuk meningkatkan kesejahteraan dan ketrampilan wirausaha. Koperasi pondok pesantren ini pertama kali didirikan pada tahun 2018 dan menjual peralatan santri.

1. Marketing mix adalah strategi yang digunakan oleh BUMPes Lirboyo di Kediri untuk meningkatkan omset penjualan. Strategi ini mencakup empat elemen utama, yaitu produk, harga, promosi, dan lokasi. Pertama, elemen produk sangat penting dalam pemasaran karena mempengaruhi strategi lainnya. BUMPes menawarkan berbagai produk halal seperti roti, souvenir, dan fashion dengan kualitas yang bisa bersaing di pasaran. Kedua, harga adalah faktor penting yang mempengaruhi pendapatan usaha. BUMPes menetapkan harga yang terjangkau untuk para konsumennya, terutama bagi santri, sehingga mereka dapat meningkatkan omset penjualan meskipun dengan margin keuntungan yang kecil. Ketiga, promosi adalah kunci untuk meningkatkan omset penjualan. BUMPes menggunakan promosi online dan offline, seperti media sosial dan kegiatan di pondok pesantren, dengan fokus pada sikap yang baik dan doorprize dalam acara-acara besar. Terakhir, lokasi juga mempengaruhi kesuksesan pemasaran. BUMPes berada di

lokasi strategis seperti warung, toko souvenir, dan Lirboyo Bakery di sekitar pesantren, sehingga memudahkan para konsumen untuk berbelanja.

Dengan menerapkan konsep marketing mix ini, BUMPes Lirboyo telah berhasil meningkatkan omset penjualan setiap tahunnya. Hal ini juga didukung oleh kebijakan pondok pesantren yang mendorong santrinya untuk berbelanja di BUMPes. Oleh karena itu, BUMPes Lirboyo Kediri terus berusaha untuk memperluas dan memperbaiki strategi marketing mix guna meningkatkan omset penjualan mereka di masa depan.

2. BUMPes Lirboyo mengalami beberapa permasalahan dalam menerapkan strategi pemasarannya. Pertama, sulitnya mencari bahan pokok dengan harga yang ideal mengakibatkan fluktuasi keuntungan. Kedua, kendala dalam peningkatan produksi akibat kurangnya tenaga kerja yang berasal dari santri. Misalnya, unit usaha Lirboyo Bakery belum bisa memenuhi permintaan konsumen karena stok terbatas. Ketiga, keterlambatan produksi disebabkan oleh kendala pada alat produksi akibat tingginya permintaan pasar. Semua faktor ini menyebabkan kesulitan dalam meningkatkan omset penjualan. Selain itu, kurangnya pengetahuan tenaga kerja juga menjadi masalah yang harus segera diselesaikan. BUMPes Lirboyo perlu menyelesaikan permasalahan ini agar dapat meningkatkan penjualan dan efisiensi produksi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari data-data di lapangan, pada dasarnya penelitian ini berjalan baik. Namun bukan suatu kekeliruan apabila

peneliti ingin mengemukakan beberapa saran yang mudah-mudahan bermanfaat bagi kemajuan BUMPes Lirboyo. Adapun saran yang peneliti ajukan adalah:

1. Strategi yang diterapkan BUMPes sudah berjalan baik, namun ada beberapa yang menurut peneliti agar dapat diperbaiki, seperti kurangnya tenaga kerja dan alat produksi , agar kedepannya BUMPes ini siap ketika permintaan konsumen tinggi.
2. Semakin berkembangnya BUMPes Lirboyo alangkah baiknya BUMPes ini lebih sering memaksimalkan media sosial dalam hal mempromosikan dan mencoba untuk stady banding terkait produknya ke berbagai pesantren yang ada disekitar kediri.

