

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pembahasan yang telah penulis lakukan berkaitan dengan strategi pemasaran pabrik roti Naf'a Bakery ditinjau dari *syariah marketing*, sebagaimana telah diuraikan dalam bab - bab sebelumnya, mengantarkan pada rumusan pokok - pokok pikiran yang terangkum dalam poin - poin kesimpulan berikut:

1. Strategi Pemasaran Pabrik Roti Naf'a Bakery di Dusun Pandan Desa Canggal Kecamatan Badas Kabupaten Kediri menerapkan Segmentasi pasar yang luas, *targeting* pasar menyeluruh dan bisa untuk semua kalangan, serta *position* pasar yang sudah baik. Kemudian dalam mengelola produk mengutamakan kualitas, menetapkan harga yang terjangkau, melakukan distribusi tidak langsung, serta melaksanakan promosi dengan baik.
2. Ditinjau dari *syariah marketing* pabrik roti Naf'a Bakery belum sepenuhnya mengamalkan karakteristik *syariah marketing*, nilai teistis (*Rabbaniyah*) belum terpenuhi karena dalam memasarkan produk hak-hak pemasar belum terlindungi, sedangkan untuk harga, distribusi, dan promosi pabrik roti Naf'a Bakery sudah sesuai dengan nilai teistis. Etika dalam pemasaran produk pabrik roti Naf'a Bakery belum terpenuhi, tidak menerima retur penjualan adalah wujud dari belum mengamalkannya etika dalam pemasaran, sedangkan dalam

menentukan harga, distribusi, dan promosi sudah sesuai dengan nilai etis. Pabrik roti Naf'a bakery dalam melakukan pemasaran selalu berusaha untuk mengikuti perkembangan zaman, mengedepankan profesionalitas, fleksibel, dan mampu memanfaatkan peluang usaha yang ada. Strategi pemasaran yang dilakukan pabrik roti Naf'a Bakery mengedepankan nilai *ukhuwah insaniyyah* (persaudaraan antar manusia) dengan mengedepankan rasa kemanusiaan, dan tidak membedakan status atau kedudukan antar manusia.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan untuk pabrik roti Naf'a Bakery bakery di Dusun Pandan Desa Cangu Kecamatan Badas Kabupaten Kediri, yaitu:

1. Untuk produk yang dihasilkan pabrik roti Naf'a Bakery di Dusun Pandan Desa Cangu Kecamatan Badas Kabupaten Kediri diupayakan selalu menjaga kualitas atau mutu dan merencanakan pembuatan produk baru agar konsumen tidak bosan atau jenuh memakai produk yang yang dihasilkan, serta dalam kemasan sebaiknya tanggal kadaluwarsa itu dicantumkan agar tidak ada kecurangan dalam pemasaran.
2. Sehubungan dengan jumlah permintaan produk di pasar yang banyak sampai-sampai belum bisa memenuhi semua permintaan, sebaiknya perusahaan menambah alat atau mesin untuk memproduksi suatu

barang dan menambah lagi jumlah karyawan di bidang produksi, agar semua permintaan pasar bisa terpenuhi.

3. Untuk promosi, di jaman yang serba canggih ini sebaiknya perusahaan juga melakukan promosi dan penjualan lewat jejaring sosial, karena konsumen zaman sekarang dalam bertransaksi tidak mau ribet dan lebih suka bertransaksi lewat jejaring sosial.
4. Penerapan aturan bahwa perusahaan tidak menerima retur penjualan dan barang sisa yang tidak laku di pengecer menjadi resiko pemasar sebaiknya itu diganti dengan yang lebih toleran, hak-hak pemasar seharusnya dapat terpenuhi.