

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pembahasan yang telah penulis lakukan berkaitan dengan strategi pemasaran Pada Penjualan Bibit UD. Alam Tani Desa Mejono Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri ditinjau dari *Syariah Marketing*, sebagaimana telah diuraikan di bab-bab sebelumnya, menggambarkan pada pokok-pokok pikiran yang terangkum dalam poin-poin kesimpulan berikut:

1. Strategi pemasaran UD. Alam Tani menggunakan segmentasi pasar yang luas, *Targeting* pasar untuk semua kalangan masyarakat mulai dari kalangan bawah sampai kalangan atas dan *positioning* pasar yang sudah baik. Namun dalam segi produk, ada produk yang kurang berkualitas juga pada segi promosi adanya ketidaksesuaian pada bibit yang diupload dengan bibit yang ada. Namun pada segi harga Kebun Bibit sudah menerapkan sistem retur. Pada segi lokasi atau distribusi Kebun Bibit memiliki tempat yang strategis dan mudah dijangkau, menggunakan sistem langsung dan tidak langsung. Selain itu, UD. Alam Tani juga mendirikan Caffe dan Resto Kebun Bibit Kediri, Pasar Papringan dan taman yang mana terjadinya peningkatan pendapatan pada UD. Alam Tani.
2. Ditinjau dari *syariah marketing* belum sepenuhnya menerapkan *syariah marketing*. Pada nilai teistis (*Rabbaniyah*) ada produk yang kurang berkualitas. Pada nilai etis (*Akhlaqiyah*) promosi yang kurang baik karena

adanya ketidaksesuaian yang diupload dengan yang ada. Pada nilai realistis (*Al-Waqi'iyah*) cara dan alat produksibelum menggunakan mesin modern. Namun pada nilai Humanistis (*Al-Insaniyah*) sudah sesuai dengan *syariah marketing*, yaitu pada pengelolaan prosuk yang baik, distribusi diatur dengan baik dan menegedepankan nilai sosial.

## **B. Saran**

Beberapa saran yang dapat penulis berikan untuk UD. Alam Tani, yaitu:

1. Sehubungan dengan produk yang dikritik oleh pengunjung, sebaiknya UD. Alam Tani menjaga kualitas bibit yang dimiliki. Dengan sering mengecek bibit, perawatan bibit, siraman dan pupuk yang cukup. Juga perlunya melayani transaksi *online*, mengingat pengunjung yang minat dari luar daerah Kediri.
2. Dalam segi promosi UD. Alam Tani sudah baik. Namun perlua adanya perbaikan gambar atau video yang di upload di media sosial agar nantinya pembeli tidak kecewa karena adanya ketidaksesuaian bibit yang di upload dengan yang ada.