

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari data yang telah dikumpulkan, dan di olah serta dilakukan analisis data maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi Pengembangan yang diterapkan Madu Arrayana sejauh ini sudah terlaksana dengan baik, perusahaan telah menciptakan berbagai jenis olahan produk mudah dari madu konsumsi, alat kecantikan dan Cosmetik. Upaya Yang dilakukan pemilik perusahaan dalam meningkatkan penjualan Madu Arryana yaitu dengan mengikuti event bazar UMKM yang berkaitan dengan Produknya Industri Madu sebagai ajang promosi dan juga Menggunakan tekhnologi digital marketing dengan melakukan promosi melalui Website, sosial media Facebook, Instagram, WhatsApp Business, dan Marketplace Tokopedia. Namun untuk kegiatan pemasaran di Marketplace Tokopedia masih belum berjalan secara maksimal. Sedangkan digital banking yang mereka terapkan untuk kegiatan transaksi pelayanan yaitu berupa internet banking dan mobile banking. penyediaan pelayanan transaksi yang digunakan oleh perusahaan diantaranya, ATM, situs web, dan platfrom online lainnya.
2. Strategi pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan Madu Arrayana ditinjau dari marketing syariah telah dilakukan dengan baik, karena pada kegiatan pemasaran Madu Arrayana telah menerapkan pemasaran yang baik sesuai syariat islam dengan menerapkan 4

karakteristik dalam marketing syariah diantaranya yaitu rabbaniyah (ketuhanan) dengan menerapkan sikap adil dalam membagi tugas dan tanggung jawab kepada karyawan, jujur dalam penyampaian informasi mengenai produknya, dan amanah dalam aktivitas pemasaran dan pelayanannya. Akhlaqiyyah (etis) dengan memberikan pelayanan yang baik dan menggunakan bahasa yang santun ketika berkomunikasi dengan pelanggan tanpa membeda-bedakan status sosialnya. Al-Waqi'iyah (realistis) dengan melakukan promosi sesuai kualitas produknya tanpa melebih-lebihkan, dan yang terakhir Insaniyah (humanistis) dengan tidak menjelek-jelekkkan produk pesaing, dan menghindari hal-hal yang dapat merugikan orang lain.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pemilik perusahaan diharapkan untuk lebih memaksimalkan kegiatan pemasaran online Madu Arrayana, yang mana tidak hanya fokus pada sosial media Facebook, Instagram, dan WhatsApp saja namun, bisa juga menambah dengan melakukan promosi melalui TikTok dengan rutin live tiktok atau bisa juga memanfaatkan marketplace misalnya Shopee dan lain sebagainya, dan juga menambah karyawan yang khusus di bidang live tiktok, shoope an lain sebagainya.
2. Sebaiknya menjalin hubungan dengan pihak yang mampu meningkatkan penjualan seperti halnya dengan trip travel ataupun trip ziarah dan lain sebagainya.

3. Penelitian ini hanya berfokus pada strategi pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan saja, sehingga untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk mencoba menggali informasi yang lebih luas bisa terkait pengembangan produk, manajemen keuangan atau manajemen produksi yang diterapkan oleh Madu Arrayana.