

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi yang diterapkan oleh Toko Roti Merah Delima Kediri menggunakan pendekatan bauran pemasaran (marketing mix):
 - a) Produk, toko ini menawarkan 77 jenis produk untuk berbagai varian rasa dan kelas produk yang disesuaikan dengan rekomendasi dari konsumen.
 - b) Harga, terdapat berbagai tingkatan harga, mulai dari Rp 2.500 - Rp 15.000 per produk.
 - c) Tempat, toko Roti Merah Delima membuka cabang di beberapa lokasi untuk memudahkan akses bagi masyarakat di sekitar. Dalam hal ini, Toko Merah Delima juga membagi segmen pasar berdasarkan celah yang ada untuk menarik perhatian masyarakat.
 - d) Promosi, toko ini melakukan promosi melalui dua metode, yaitu cara tradisional seperti gerobak berkeliling menggunakan sepeda, motor, atau mobil box.
 - e) Orang, Roti Merah Delima Bakery Kediri memiliki 13 karyawan.
 - f) Proses, memiliki alat produksi yang lebih canggih, memungkinkan efisiensi dan kualitas produk yang lebih baik.
 - g) Bukti fisik kemasan berlogo untuk memudahkan konsumen mengenali produk dari Merah Delima Bakery.
2. Persaingan pasar yang dilakukan dengan diversifikasi produk, harga yang kompetitif, lokasi strategis, promosi yang aktif, kualitas produksi yang

baik, pelayanan pelanggan yang memuaskan, dan pengemasan yang menarik menjadi faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

3. Berdasarkan analisis SWOT dalam menghadapi persaingan pasar, strategi yang digunakan oleh Toko Roti Merah Delima Kediri meliputi:
 - a. Kekuatan (*Strenghts*) : Diversifikasi produk, harga yang sesuai, memberikan yang terbaik, melayani dengan semnagat dan ikhlas, identitas merek.
 - b. Kelemahan (*Weakness*) : kurang lahan parkir, masih minim dalam dunia bisnis
 - c. Peluang (*Opportunities*) : diterima masyarakat, pesaing akan tertinggal dengan produk.
 - d. Ancaman (*Threats*) : semakin banyak pesaing, para pesaing lebih kuat,

Analisis SWOT menunjukkan bahwa Toko Roti Merah Delima Bakery Kediri memiliki potensi yang besar untuk berkembang. Namun, perlu adanya perbaikan dalam beberapa aspek, terutama dalam hal pemasaran digital dan pengelolaan tempat. Dengan menerapkan strategi yang tepat dan konsisten, toko roti ini dapat mengatasi tantangan yang ada dan mencapai kesuksesan yang lebih besar.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar Merah Delima Bakery Kediri terus berupaya memperkuat implementasi analisis SWOT. Beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain:

1. Bagi perusahaan :

- a) Melalui pelatihan berkelanjutan, karyawan dapat lebih memahami dan mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam proses produksi,
- b) menjalin kerjasama yang lebih erat dengan lembaga sertifikasi halal untuk mendapatkan sertifikasi yang lebih komprehensif dan up-to-date.
- c) Melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi tren pasar dan kebutuhan konsumen, kemudian mengembangkan produk baru yang halal dan sesuai dengan tren tersebut.

2. Bagi penelitian baru

- a) Melakukan studi komparatif dengan perusahaan bakery lain yang menerapkan prinsip Etika Bisnis Islam untuk mengetahui perbedaan dan kesamaan dalam implementasinya.