

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi roti kering dalam meningkatkan penjualan pada UD Niki Sari Nganjuk dilakukan melalui beberapa alat promosi atau bauran promosi, diantaranya yaitu strategi promosi penjualan perseorangan (*personal selling*) dilakukan oleh sales yang bertugas. Strategi promosi penjualan (*sales promotion*) dilakukan dalam bentuk jika ada yang membeli 2 produk maka akan mendapatkan gratis 1 produk (*buy 2 get 1*). Strategi promosi hubungan masyarakat (*public relation*) seperti mengadakan sosialisasi dan keramah-tamahan dengan para warga sekitar. Strategi promosi informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dilakukan dengan bertatap muka secara langsung dan memanfaatkan media chat seperti *whatsapp* dan *facebook*.
2. Dari beberapa jenis promosi yang dilakukan tersebut ada yang dilakukan secara langsung bertatap muka dengan konsumen dan adapula yang secara tidak langsung. Sehingga cara tersebut dapat memberikan peluang kepada meningkatnya lagi minat konsumen untuk mengetahui dan membeli produk roti kering dari UD Niki Sari dengan harga murah dan produk masih sangat layak untuk dikonsumsi, dengan demikian akan memberikan dampak positif dalam meningkatkan penjualan, hal ini dapat dilihat berdasarkan tabel penjualannya dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2019. Adanya

peningkatan penjualan pada UD Niki Sari tersebut tidak terlepas dari cara berpromosi yang digunakan, yaitu dengan memenuhi karakteristik pelaku pemasaran syariah atau *marketing syariah*, meliputi niat yang baik dari pedagang, tidak mudah mengobrol sumpah dalam bentuk apapun, berpegang teguh kepada kejujuran dalam promosi, dan tidak melakukan celaan atau kampanye buruk terhadap produk orang lain yang tidak sesuai dengan kenyataan.

## B. Saran

Setelah peneliti melakukan pembahasan mengenai strategi promosi roti kering dalam meningkatkan penjualan pada UD Niki Sari Nganjuk perspektif etika bisnis Islam, maka peneliti perlu menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Adanya beberapa strategi promosi yang telah digunakan oleh UD Niki Sari, maka diharapkan UD Niki Sari dapat mempertahankan strategi promosi tersebut untuk menarik konsumen, akan tetapi di sisi lain UD Niki Sari harus tetap memperhatikan kondisi pasar saat ini dan kondisi pasar di masa mendatang. Hal ini dikarenakan apabila terjadi adanya suatu perubahan, dimana tidak menutup suatu kemungkinan UD Niki Sari juga harus merubah strategi promosi yang saat ini digunakan sesuai dengan perubahan kondisi yang terjadi.
2. Meskipun roti kering yang ditawarkan berasal dari roti *fresh* yang tidak laku terjual, UD Niki Sari harus tetap memperhatikan keamanan serta kebersihan produknya dalam melakukan promosi, agar tidak merugikan konsumen dan

membuat para konsumen memiliki kepercayaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan UD Niki Sari. Adanya kepercayaan dari UD Niki Sari juga akan memberikan dampak positif dalam meningkatkan penjualan. UD Niki Sari juga harus memenuhi karakteristik pelaku pemasaran syariah atau *marketing syariah*, agar usaha yang dijalankan berada di jalan Allah SWT.