BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan data, temuan peneliti, dan pembahasan penelitian yang telah diuraikan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Di Istana Syari'ah Bakery strategi pemasaran berdasarkan unsur produk sudah sesuai dengan indikator. Indikator-indiator tersebut antara lain sebagai berikut: a) keberagaman produk, b) kualitas, c) desain, d) tampilan produk, dan e) kemasan. Keberagaman produk di Istana Syari'ah Bakery sangat bermacam-macam. Toko ini memproduksi berbagai macam roti seperti donat, kue *tart*, spicu, kue roll, brownis dan lain sebagainya. Istana Syari'ah Bakery selalu mengedepankan kepuasan pelanggan dengan mempertahankan kualitas yang ada. Kualitas yang bagus bisa mempengaruhi penjulan, dengan penjualan yang bagus maka keuntungan yang diperoleh juga akan meningkat secara drastis. Istana Syari'ah Bakery selalu mengedepankan desan dan juga tampilan produk, karena dengan desain dan tampilan produk yang dibuat semenarik mungkin maka para konsumen akan membeli produk tersebut. Kemasan di Istana Syari'ah Bakery menggunakan plastik dan juga kardus yang berlogo Toko Roti & Donat Syari'ah Bakery.
2. Di Istana Syari'ah Bakery strategi pemasaran berdasarkan unsur harga sudah sesuai dengan indikator. Indikator-indiator tersebut antara lain

sebagai berikut: a) harga, b) rabat (diskon), c) potongan harga khusus, dan d) periode pembayaran. Harga di Istana Syari'ah Bakery ditetapkan mulai dari harga termurah sampai harga yang paling mahal yaitu mulai dari Rp 1.500,00 sampai Rp 200.000,00, dengan harga yang sedemikian rupa maka para konsumen tetap berlangganan di toko roti ini. Harga di Istana Syari'ah Bakery ini lebih murah dibandingkan dengan toko roti lainnya. Istana Syari'ah Bakery juga menerapkan rabat (diskon) dan juga potongan harga khusus dengan pemberian diskon yaitu 10% jika pembelian produk roti dalam jumlah yang banyak dan juga memberikan bonus jika roti yang dipesan melebihi 200 biji dan mendapatkan bonus 5 biji roti. Periode pembayaran di Istana Syari'ah Bakery ini ada dua sistem yaitu dengan *Down Payment* (DP) dan juga bisa dilunasi dimuka ketika konsumen memesan roti.

3. Di Istana Syari'ah Bakery strategi pemasaran berdasarkan unsur promosi sudah sesuai dengan indikator. Indikator-indiator tersebut antara lain sebagai berikut: a) promosi penjualan, b) periklanan, c) tenaga penjualan, d) *public relatian* (PR), dan e) pemasaran langsung. Istana Syari'ah Bakery menerapkan promosi penjualan dan juga periklanan melalui media cetak seperti brosur dan juga media internet seperti aplikasi *Facebook* dan *Instagram*. Mereka memasarkan produknya di kedua media tersebut dengan pertimbangan yang sudah ditetapkan. Tetapi untuk sekarang ini promosi tersebut jarang digunakan karena para konsumen sudah mengetahui melalui google

maps. Di google maps ini sangat banyak informasi yang didapat seperti gambar-gambar produk dan juga tempat-tempat cabangnya. Tenaga penjualan disini lebih fokus untuk mendistribusikan produk roti ke setiap cabangnya.

4. Di Istana Syari'ah Bakery strategi pemasaran berdasarkan unsur tempat sudah sesuai dengan indikator. Indikator-indiator tersebut antara lain sebagai berikut: a) pengelompokan, b) lokasi, c) persediaan, dan d) transportasi. Istana Syari'ah Bakery ini mengelompokkan produk rotinya berdasarkan harga, mulai dari harga yang terkecil sampai harga yang terbesar. Adanya peneglompokan ini bisa memudahkan konsumen untuk memilih roti dan membelinya. Dalam pemilihan lokasi di Istana Syari'ah Bakery memudahkan bagi para calon konsumen untuk menjangkau lokasi tersebut dengan tempat parkir yang luas. Istana Syari'ah Bakery setiap harinya memproduksi roti dengan persediaan roti baru dan proses produksinya dilakukan pada siang hari dan juga malam hari dengan pembagian karyawan. Pemilik toko menyediakan fasilitas berupa kendaraan bermotor seperti motor untuk mendistribusikan roti keberbagai cabangnya dengan diberikan uang bensin dan dilakukan oleh tenaga penjualan yaitu sales.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Konsumen

   Diharapkan bagi para konsumen untuk tetap berlangganan di Istana Syari'ah Bakery, dan selalu menyukai produk-produk yang di produksi oleh Istana Syari'ah Bakery dengan kualitas yang bagus produk roti yang bersih dan juga dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan toko lainnya.

2. Bagi Karyawan

   Diharapkan bagi karyawan penjaga toko untuk tetap melayani dengan ramah, agar para konsumen tidak merasa kecewa dan enggan untuk kembali ke Istana Syari'ah Bakery.

3. Bagi Pemilik Toko

   Diharapkan bagi pemilik toko yaitu Istana Syari'ah Bakery untuk tetap memperhatikan para konsumen yang memesan produk roti dengan jumlah yang banyak dengan diskon yang telah ditetapkan, selalu menomor satukan kualitas agar para konsumen tetap berlangganan di Istana Syari'ah Bakery dan kalau bisa pemilik Istana Syari'ah Bakery memperluas bangunan supaya bisa menampung produk-produk roti dengan jumlah yang banyak.

4. Bagi Peneliti yang akan Datang

Diharapkan kepada peneliti yang akan datang dapat lebih mengembangkan wawasan atau pengetahuan yang berkaitan dengan strategi pemasaran agar penelitian yang akan datang menjadi lebih baik.