BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagaimana dipaparkan pada bab-bab sebelumnya tentang strategi bauran pemasaran produk madu As-Syifa' Kopontren Al-Musyaffa' Desa Sudipayung Kecamatan Ngampel Kabupaten Kendal dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam pemasaran produk madu As-Syifa' Kopontren Al-Musyaffa' menerapkan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat atau distribusi dan promosi. Adapun perincian strategi tersebut dijelaskan dibawah ini.
   a. Strategi produk madu As-Syifa' Kopontren Al-Musyaffa' memiliki kesesuaian dengan teori Philip Kotler yaitu Kepuasan konsumen tidak hanya mengacu pada bentuk fisik produk, melainkan suatu paket kepuasan yang didapat dari pembelian produk. Dengan mengambil stok madu dari patner yang dipercaya, kualitas 100% murni tanpa campuran, memberikan layanan jaminan produk apabila terbukti ada kepalsuan, menyematkan nama Kopontren Al-Musyaffa' supaya mudah di ingat dan memberikan banyak varian rasa serta bentuk sehingga memudahkan konsumen untuk memilih produk madu As-Syifa' sesuai dengan keinginannya.

b. Strategi harga yang diterapkan dalam pemasaran produk madu As-Syifa' Kopontren Al-Musyaffa' menerapkan harga yang ditawarkan terjangkau untuk konsumen, tidak terlalu mahal maupun murahan.

c. Strategi tempat yang diterapkan dalam pemasaran produk madu As-Syifa' Kopontren Al-Musyaffa' sudah memadai karena lokasinya yang strategis mudah dijangkau, selain itu penempatan madu di lokasi yang secara khusus berada di tempat yang menjual obat atau jamu seperti Apotek juga Klinik Kesehatan serta penjual Jamu maupun penjual umum seperti Pusat Oleh-Oleh Kendal dan Toko Kelontong.

d. Dalam hal promosi pihak Kopontren selalu mengedepankan kejujuran disetiap informasi yang disampaikan kepada konsumen sehingga sesuai dengan nilai pemasar syariah *siddiq* (benar) seperti memberikan brosur kepada setiap Wali Murid yang akan mendaftarkan anaknya, promosi menggunakan media cetak maupun media massa. Selain itu, bekerja sama dengan para Alumni untuk mempromosikan kedaerah disekitarnya.

2. Strategi bauran pemasaran yang paling dominan dalam perkembangan pemasaran produk madu As-Syifa' Kopontren Al-Musyaffa' terletak pada strategi lokasi. Strategi lokasi yang mengajak kepada para Alumni untuk menjadi patner bisnis. Sebab dengan strategi tersebut tidak perlu membuka

outlet sebagai agen maupun mengajak kepada orang baru yang belum diketahui jejak rekam hidupnya.

B. Saran dan Rekomendasi

1. Bagi Kopontren madu As-Syifa
   a. Kopontren madu As-Syifa harus selalu meningkatkan kinerja seluruh staf terutama dalam hal kebersihan yang meliputi kebersihan lantai, ruangan serta kemasan. Karena Islam mengajarkan untuk selalu menjaga kebersihan, dengan menjaga kebersihan tempat kerja serta botol tempat kemas madu dapat memberikan kenyamanan tersendiri bagi staf dalam bekerja serta rasa anan bagi konsumen dalam mengkonsumsi madu As-Syifa.
   b. Selalu mengedepankan sisi Humanisasi kepada seluruh staf, dengan begitu akan muncul rasa saling mendukung antara satu staf dengan staf lainnya.
   c. Alangkah baiknya apabila dalam kemasan madu tertuliskan tanggal kadaluarsa. Meskipun pihak Kopontren madu As-Syifa berkeyakianan bahwa madu murni tidak akan pernah kadaluarsa apabila baru dikonsumsi setelah jangka waktu yang lama, namun lain bagi konsumen yang belum tau tentang hal tersebut akan merasa enggan atau khawatir apabila akan membeli.
   d. Dalam hal promosi pemasaran madu As-Syifa' Kopontren Al-Musyaffa' hendaknya setiap beberapa

periode triwulan atau semesteran sekali memasang spanduk dijalan-jalan protokol untuk memngingatkan kepada konsumen lama, selain itu juga memberi tahu kepada calon konsumen tentang keberadaan madu As-Syifa'.

e. Adanya keterangan manfaat madu yang tertera di label kemasan madu As-Syifa.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang strategi bauran pemasaran hendaknya menggunakan metode penelitian dan teori lain mengenai pemasaran sehingga mendapatkan hasil yang lebih rinci dan maksimal.

C. Penutup

Sebagai penutup dari skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Madu As-syifa' Kopontren Al-Musyaffa' Kecamatan Ngampel Kabupaten Kendal ". Penulis mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya., sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas penulisan skripsi ini dengan lancar, penuh semangat dan tetap optimis, meski berbagai kendala terus menghampiri. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan meskipun sudah penulis usahakan semaksimal mungkin. Hal tersebut disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan informasi yang ada pada penulis. Untuk itu

kritik serta saran yang membangun dari banyak pihak sangat penulis harapkan, demi membantu kesempurnaan pembahasan skripsi ini. Penulis ucapkan terimakasih atas segala dukungan dan bimbingan dari banyak pihak, hingga terselesaikannya pembahasan ini. Akhir kata, terbesit harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca budiman pada umumnya, dan khususnya bagi penulis sendiri dimasa-masa mendatang. *Amin yaa rabbal' alamin*