

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pengembangan pemasaran Izzi Bakery dalam meningkatkan ekonomi di pesantren Al-Mashduqiah. Dengan adanya bermacam kegiatan usaha yang produktif tersebut, maka pondok pesantren Al-Mashduqiah akan menjadi mandiri dalam mengembangkan dan meningkatkan ekonomi pesantren, tanpa harus mengharapkan belas kasih atau tanpa bergantung pada bantuan pihak lain. Adapun strategi khusus yang dilakukan oleh marketing Pabrik Roti (Izzi Bakery) dalam memasarkan produknya kepada konsumen ataupun calon konsumen yang baru yaitu : pertama dengan cara strategi face to face, strategi ini terbilang cukup efektif, karena pihak Pabrik Roti bisa mendekatkan perusahaan dengan calon konsumen. Tujuan dilakukannya strategi ini agar masyarakat Probolinggo lebih mengenal produk dari Pabrik Roti (Izzi Bakery) Pondok Pesantren karena semakin banyak kalangan masyarakat yang mengetahui dan mengenal produk Pabrik Roti tersebut maka semakin banyak pula keuntungan yang di dapatkan oleh Pabrik Roti (Izzi Bakery).

#### **B. Saran**

Setelah melakukan penelitian observasi, analisis, serta berdasarkan hasil dari wawancara, maka dapat penulis sarankan beberapa sebagai berikut:

1. Bagi Pabrik Roti (Izzi Bakery)
  - Mempertahan kualitas produk khususnya produk Izzi Bakery, sehingga produk tersebut lebih diminati oleh masyarakat dan juga para santri.
  - Pabrik Roti (Izzi Bakery) harus lebih memperhatikan tingkat pemasaran, agar penjualannya lebih terarah lagi.
  
2. Bagi karyawan

Semakin aktif dalam bidang pemasaran agar lebih banyak masyarakat yang mengenalnya

