

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berupa data-data dari observasi, wawancara serta dokumentasi sehingga diperoleh hasil seperti yang dikemukakan pada bab sebelumnya dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi pada Perusahaan Konveksi CV. Tri Dewa Nusantara Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis

Untuk menarik konsumen, perusahaan konveksi CV. Tri Dewa Nusantara ini melakukan usaha promosi. Dengan promosi secara lisan dari mulut ke mulut/ *word of mouth*, maka perusahaan ini dapat dikenal oleh masyarakat sehingga barang hasil produksinya dapat laku terjual. Dalam bersaing mendapat konsumen yang banyak seperti yang telah didapatkan oleh perusahaan konveksi CV. Tri Dewa Nusantara ini tidaklah diperoleh begitu saja. Tentunya perusahaan ini melakukan beberapa usaha untuk memasarkan barang hasil produksinya. Sehingga barang yang diproduksi diminati oleh masyarakat. Disamping itu perusahaan ini dikenal oleh banyak masyarakat. Hingga pada akhirnya perusahaan konveksi CV. Tri Dewa Nusantara mendapat banyak konsumen. Promosi secara lisan dari mulut ke mulut/ *word of mouth* diberlakukan secara efektif.

2. Strategi promosi pada Perusahaan Konveksi CV. Tri Dewa Nusantara Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis ditinjau dari ekonomi islam

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengusaha konveksi CV. Tri Dewa Nusantara sangat memegang teguh prinsip agama Islam dan berusaha untuk menghindari apa yang dilarang oleh agama Islam. Dan itupun juga diterapkan kepada para karyawannya. Hal penting yang dilakukan adalah: Sholat Berjamaah, Tawakkal, Rajin beribadah. Dalam melakukan penjualan barang hasil produksinya, pengusaha ini menetapkan harga yang mana harga tersebut tidak memberatkan konsumen. Dalam artian keuntungan yang di

dapatkan setiap penjualan satu barang tidak terlalu banyak. Akan tetapi disesuaikan dengan harga pasar. Dalam melakukan praktik bisnis CV. Tri Dewa Nusantara dalam bisnisnya mempraktikkan secara maksimal seperti apa yang telah dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW yaitu *Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh*.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Kepada Konveksi CV. Tri Dewa Nusantara

Sejauh ini proses strategi promosi yang dilakukan oleh CV. Tri Dewa Nusantara tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Untuk kedepannya, supaya pengusaha CV. Tri Dewa Nusantara lebih aktif melakukan promosi secara lisan dari mulut ke mulut/ *word of mouth* diberlakukan secara efektif. Dan terkait dengan strategi promosi, perusahaan harus tetap mempraktikkan secara maksimal seperti apa yang telah dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW yaitu *Shiddiq, Amanah, Fathanah, Tabligh*.

2. Kepada Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini peneliti membahas tentang, strategi promosi pada perusahaan konveksi CV. Tri Dewa Nusantara Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis ditinjau dari Ekonomi Islam, yang mana fokus penelitian adalah strategi promosi pada perusahaan konveksi CV. Tri Dewa Nusantara Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis dan strategi strategi promosi pada perusahaan konveksi CV. Tri Dewa Nusantara Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis ditinjau dari Ekonomi Islam. Maka dari itu peneliti mengharapkan untuk peneliti selanjutnya lebih melakukan penelitian secara mendalam terkait strategi promosi.