

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan temuan-temuan diatas sebagaimana penulis paparkan, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa strategi *public relations* Rumah Makan Dapur Solo Tulungagung telah menerapkan strategi *public relations* sesuai dengan sudut pandang etika bisnis Islam, antara lain:

1. *Strategy of publicity* dengan *social media marketing* (pemasaran melalui media sosial) sebagai media promosi antara lain *facebook*, *instagram*, *twitter*, dan *website*.
2. *Strategy of persuasion* yakni melalui kontrol informasi dengan menjaga kualitas masakan dengan berpedoman bahwa masakan harus *halalan thoyiban*, bersih dan terhindar dari penyedap rasa dan meningkatkan pelayanan.
3. *Strategy of argumentation* melalui metode manajemen hubungan, yakni menjalin hubungan dengan mitra maupun media yang memiliki peran sebagai perpanjangan tangan untuk berbicara dengan publik, seperti radio Samara, Lembaga Manajemen Infaq, dan beberapa sekolah di Tulungagung.
4. *Strategy of image* melalui *event-event positif* yang pernah dilakukan lomba mewarna dan lomba menari, acara santunan anak yatim dan berbuka

bersama saat ramadhan juga bagi takjil untuk masyarakat yang melewati jalur lokasi Rumah Makan Dapur Solo Tulungagung.

Strategi-strategi ini telah sesuai jika ditinjau berdasarkan prinsip etika bisnis Islam yang terkandung di dalamnya konsep kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggungjawaban dan kebajikan.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran dari penulis yang dapat dijadikan pertimbangan adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi pemilik Rumah Makan Dapur Solo Tulungagung

Bagi pemilik Rumah Makan Dapur Solo Tulungagung sebaiknya terus menjalin hubungan baik dengan berbagai mitra dan menambah relasi serta mengembangkan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat dengan berbagai customer maupun masyarakat.

### 2. Bagi Akademik

Bagi akademik diharapkan untuk sering mengadakan kegiatan seminar terkait dengan strategi *public relations* yang berpedoman pada prinsip etika bisnis Islam untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan untuk mahasiswa IAIN Tulungagung khususnya untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya, hendaknya meneliti hal-hal yang lain yang sesuai dengan strategi *public relations* dalam meningkatkan citra

perusahaan sesuai dengan perspektif Etika Bisnis Islam dengan mengembangkan hasil dari penelitian ini dengan variabel lain.