

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan terhadap Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi ditinjau dari Etika Bisnis Islam maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Strategi pemasaran yang dilakukan terhadap Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam adalah dengan menerapkan *segmentasi, targeting, dan positioning*, serta bauran pemasaran berupa 4P (*product, price, place, promotion*). Selain menerapkan strategi pemasaran secara konvensional juga menerapkan strategi pemasaran yang berdasarkan pada etika bisnis Islam yang berpegang pada prinsip-prinsip Islam. Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi juga menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan etika bisnis ala Rasulullah. Etika Bisnis yang diterapkan yaitu berupa keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebajikan. Sedangkan untuk strategi pemasaran yang sesuai dengan etika bisnis ala Rasulullah yaitu *Sidiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh*.
- 2) Kendala yang dialami oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi dalam menerapkan strategi pemasaran yaitu dari segi produk, harga, dan distribusi. Dan serta solusi yang digunakan untuk mengatasi dari kendala

tersebut yaitu menyesuaikan dengan kendala yang dihadapi oleh masing-masing faktor.

- 3) Dampak dalam penerapan strategi pemasaran oleh Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam dalam meningkatkan penjualan yaitu tempat makan tersebut telah menggunakan strategi pemasaran yang berupa 4P dan Etika Bisnis Islam dengan menggunakan strategi tersebut maka dapat memperoleh dampak positif yaitu jumlah penjualan produk dari tempat makan tersebut mengalami kenaikan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait:

- 1) Bagi pemili Tempat Makan Bakso dan Mie Ayam Pelangi

Pemilik Tempat Makan hendaknya terus mempertahankan strategi pemasarana yang telah dilakukannya terutama untuk strategi pemasaran yang berdasarkan etika bisnis islam. Pemilit tempat makan juga harus terus kreatif dalam menciptakan produk agar produk yang dijual bisa bersaing dengan yang lain. Pemilik tempat makan hendaknya juga meningkatkan kegiatan pemasaran melalui aplikasi jual beli online seperti isntagram, facebook. Agar tempat makan lebih dikenal oleh masyarakat dan juga memperluas lagi kegiatan pemasaran.

2) Bagi peneliti

Bagi peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian dengan mengembangkan lagi penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti. Peneliti selanjutnya dapat meneliti mengenai strategi pemasaran dengan menggunakan variabel yang berbeda dan lebih meningkatkan pengetahuan mengenai Variabel Etika Bisnis Islam.