

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan hasil-hasil penelitian sebagai berikut :

1. Analisis penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran di toko busana muslim Galeri Yasmin sudah mencapai target yang diinginkan pemilik toko busana muslim Galeri Yasmin yang telah mempunyai rencana ke depan bagaimana pemilik telah menerapkan keseluruhan hingga mencapai hasil yang bisa dinikmati saat ini seperti penerapan kejujuran, penerapan sistem bersih dari unsur riba, penerapan keamanan, dan menjaga kualitas produk.
2. Penerapan komunikasi pemasaran pada toko busana muslim Galeri Yasmin adalah seperti melakukan promosi yaitu melalui sosial media yaitu wa dan Instagram. Pemasaran tidak hanya membicarakan mengenai produk, harga produk dan mendistribusikan produk, tetapi juga mengkomunikasikan produk ini kepada masyarakat agar produk itu dikenal dan ujung-ujungnya dibeli. Promosi disini adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Promosi menunjuk pada berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut.
3. Gambaran komunikasi pemasaran sesuai etika bisnis Islam pada toko busana muslim Galeri Yasmin yaitu Etika promosi adalah bagian dari etika bisnis. Etika bisnis menunjuk kepada studi tentang aspek-aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis. Moral itu sendiri adalah bagian dari etika bisnis. Etika bisnis menunjuk kepada studi tentang aspek-aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis. nilai tentang apa yang dianggap baik atau buruk, benar atau salah, pantas atau tidak pantas. Perbuatan manusia atau institusi dalam melakukan promosi bisnis adalah baik atau buruk, pantas atau tidak pantas dinilai dengan pedoman menghormati manusia dan adil atau tidak.
4. Setiap bisnis selalu mengalami kendala yaitu seperti yang dialami oleh toko busana muslim Galeri Yasmin yaitu tidak mudahnya mendapatkan sebuah kepercayaan dari konsumen. Karena memang konsumen dihadapi dari berbagai macam latar belakang, selain itu untuk prospek ke depan sulitnya mencari penjahit yang memiliki kualitas yang baik, kemudian kendala yang dialami adalah persaingan harga pada toko lain yang menjadi tantangan tersendiri bagi pemilik toko busana muslim Galeri Yasmin.

B. Saran

Berdasarkan temuan diatas, bahwa dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi pemilik toko busana muslim Galeri Yasmin diharapkan supaya ditingkatkan lagi agar dapat mencapai target yang diinginkan kedepan. Juga dengan adanya karya ilmiah ini supaya menjadi masukan dan sumbangan pemikiran untuk mengatasi persoalan yang dihadapi toko busana muslim Galeri Yasmin pada penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran, seperti sulitnya mendapatkan kepercayaan dari konsumen, persaingan harga, dan upaya penerapan bersih dari riba.
2. bagi Akademik diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangsih perbendaharaan kepustakaan IAIN Tulungagung.
3. bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti tentang analisis penerapan etika bisnis Islam dalam komunikasi pemasaran.