

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang sudah diuraikan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan home industri hanger “Ayam Jago” Tulungagung dalam meningkatkan penjualannya, antara lain:
 - a. Aspek produk: menjaga kualitas produk, dan mematenkan merk “Ayam Jago”.
 - b. Aspek harga: harga sesuai kualitas dan tidak ada perbedaan harga untuk pembelian dikit atau banyak.
 - c. Aspek distribusi: memberikan layanan pesan antar dengan menyediakan kendaraan khusus (pick up).
 - d. Aspek promosi: melakukan promosi secara lisan dan diteruskan mulut ke mulut (*word of mouth*).
2. Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada home industri hanger “Ayam Jago” Tulungagung perspektif etika bisnis Islam.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pemasaran dengan menggunakan strategi pemasaran khususnya bauran pemasaran 4P (*product, price, place dan promotion*) sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Ketika kondisi saling ridho dan rahmat antara penjual

dan pembeli maka disitu akan terjadi kepuasan pasar, karena terdapat asas saling menguntungkan melalui pemanfaatan produk, harga, distribusi dan promosi.

B. SARAN

1. Bagi home industri hanger “Ayam Jago” Tulungagung dalam menjalankan usahanya agar tetap mempertahankan prinsip etika bisnis Islam, agar produk hanger “Ayam Jago” tetap diminati oleh para konsumen.
2. Bagi home indusri hanger “Ayam Jago” Tulungagung lebih meningkatkan strategi promosi mungkin dengan menggunakan media cetak atau sosial agar produk hanger “Ayam Jago” lebih dikenal oleh masyarakat luas.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat meneliti mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan perspektif etika bisnis Islam dengan menggunakan metode lain agar menyempurnakan penelitian ini.