

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka dapat diambil kesimpulan diantaranya sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang digunakan oleh Berkah Cell yakni menggunakan *Marketing mix* (produk, distribusi, harga, dan promosi) keseluruhannya berpengaruh pada peningkatan penjualan pada Berkah Cell. Produk yang ditawarkan oleh Berkah Cell beragam mulai dari Voucher paket data, aksesoris Hp, *Top up E-Money*, Rokok dan lain sebagainya, produk yang dijual memiliki kualitas yang dijamin. Harga yang ditentukan yaitu harga disesuaikan dengan kualitas barang, jika barang berkualitas harga pun tinggi atau sebaliknya. Berkah Cell mengandalkan media cetak dan media sosial untuk sarana promosi. Promosi yang dilakukan oleh Berkah Cell menggunakan metode periklanan dan promosi penjualan. Berkah Cell memilih lokasi yang strategis dan mudah diakses, yaitu dekat jalan raya utama provinsi, pasar, perempatan, pabrik, perkampungan, dan kampus. Lokasi ini meningkatkan peluang Counter terlihat dan dikunjungi oleh lebih banyak pelanggan.
2. Berdasarkan aspek pemasaran syariah, terdapat beberapa kelemahan dalam strategi pemasaran Berkah Cell yang berbasis prinsip-prinsip syariah, khususnya pada aspek Teistis (*Rabbaniyyah*) dan Etis (*Akhlaqqiyyah*). Salah satu kelemahannya adalah pada pendekatan promosi yang masih mengandalkan media cetak, yang dianggap kurang efektif. Contohnya,

ketidaksielarasan antara harga promosi yang ditampilkan di depan counter atau banner dengan harga yang sebenarnya dapat menyebabkan kebingungan dan menurunkan tingkat kepercayaan calon pelanggan. Hal ini berpotensi merusak citra dan reputasi Berkah Cell serta menghambat penjualan. Namun, secara keseluruhan, Berkah Cell telah menerapkan sebagian besar prinsip *Marketing* Syariah yang sesuai dengan karakteristik bisnis Nabi Muhammad, yaitu *shiddiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *fathanah* (cerdas), dan *tabligh* (menyampaikan dengan baik). Dengan strategi ini, Berkah Cell mampu bersaing dengan banyak pelaku usaha baru yang terus bermunculan. Penerapan sistem pemasaran berbasis Islam yang meliputi kepercayaan, kejujuran, keadilan, serta pelayanan dan distribusi yang baik telah berkontribusi terhadap peningkatan penjualan. Hal ini terlihat dari peningkatan omset dari tahun ke tahun dalam beberapa waktu terakhir. Jadi meski ada beberapa kelemahan dalam aspek promosi, penerapan nilai-nilai syariah dalam bisnis Berkah Cell secara keseluruhan telah berkontribusi positif terhadap peningkatan penjualan dan reputasi perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, ada hal-hal yang perlu dipertimbangkan :

1. Penulis mengharapkan dari Berkah Cell untuk memperbanyak program promo sehingga dapat menarik masyarakat untuk membeli produk disini.
2. Berkah cell untuk kedepannya untuk meningkatkan transparansi dalam penentuan harga. Berkah Cell dapat memastikan bahwa harga promosi yang

tercantum di banner depan sesuai dengan harga aslinya. Ini akan mengurangi kebingungan dan ketidakpercayaan pelanggan.

3. Berkah Cell tetap mempertahankan strategi pemasaran yang telah digunakan dengan baik, sehingga dapat membuat minat beli calon konsumen semakin meningkat. Dan juga harus selalu menjaga eksistensi Berkah Cell. Tetap mempertahankan penerapan nilai-nilai Islami yaitu lebih menekankan untuk bersikap jujur dan mengedepankan kualitas produk, bersikap ramah terhadap konsumen selalu memberikan rasa nyaman terhadap konsumen, dan tidak menjual produk yang diharamkan oleh agama.
4. Saran untuk penelitian selanjutnya, sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis agar dapat membandingkan ilmu yang ada dalam perkuliahan atau teori dengan kenyataan di lapangan. Serta memberikan pengalaman dalam rangka mengimplementasikan pengetahuan penulis dalam bidang strategi dan pemasaran Islam. Penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.