

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Pemasaran dalam suatu usaha memiliki peranan yang sangat penting dalam rangka mengenalkan produk dan meningkatkan penjualan. Dapat dikatakan kunci suatu produk dapat cepat laku di masyarakat adalah terletak pada strategi pemasarannya. Apabila dalam suatu bisnis strategi pemasaran dapat dilakukan dengan baik dan tepat, maka bisnis tersebut akan cepat sekali berkembang. Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, telah diketahui bahwa strategi pemasaran yang dilakukan peneliti, telah diketahui bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh ibu Ningsih adalah meliputi dua hal, yaitu strategi pemasaran syariah produk dan strategi promosi.

Strategi produk yang dilakukan adalah dengan berupaya memberikan produk dengan kualitas terbaik. Sedangkan strategi promosi dilakukan dengan menyebarkan brosur, memasang banner, dan menyebarkan informasi dari mulut ke mulut. Langkah-langkah yang telah dilakukan oleh ibu Ningsih sejauh ini telah berjalan sesuai dengan etika bisnis Islam.

Diversifikasi produksi yang dilakukan oleh ibu Ningsih adalah upaya untuk mengembangkan bisnisnya, dan mengantisipasi supaya usaha kuliner warung sate dan gule di pasar banyakan yang telah dirintis tidak hanya berjalan begitu-begitu saja. Sejalan ini produk-produk yang dihasilkan meliputi usaha pemasaran.

1. Strategi pemasaran yang ditetapkan oleh rumah makan ibu Ningsih dalam meningkatkan penjualan produk adalah:

- a. Produk Rumah makan ibu ningsih memberikan variasi yang menarik dan unik pada setiap produk yang ada sehingga menarik para konsumen menjadi pelanggan loyal serta selalu menjaga kebersihan tempat
  - b. Harga yang ada pada Rumah makan ibu ningsih bervariasi tergantung jenis sayurnya. Dengan harga yang terjangkau dan sayur yang enak, maka banyak sayur yang laku terjual di Rumah makan ibu ningsih.
  - c. Tipe strategi distribusi yang digunakan oleh Rumah Makan Bunda adalah strategi perusahaan, terlihat kecenderungan penggunaan perantara dalam penjualan dan komunikasi melalui media.
  - d. Promosi, Rumah makan ibu ningsih tidak pernah meluncurkan pesan iklan untuk mempengaruhi khalayak konsumen. Satu-satunya cara yang dilakukan perusahaan berkaitan dengan promosi ini disamping menjadi bagian Rumah makan ibu ningsih yaitu, melalui kualitas produk yang terjangkau, waktu pengerjaan yang tepat.
2. Dari analisis yang dilakukan terhadap strategi pemasaran Rumah makan ibu ningsih tersebut di atas, tidak ditemukan unsur-unsur maysir, hagarar, haram, riba, bathil sebagaimana di larang dalam ekonomi Islam.

## **B. Saram**

1. Bagi Rumah makan ibu ningsih lain kediri
  - a. Rumah makan ibu ningsih memberikan variasi yang menarik para konsumen menjadi pelanggan loyal serta selalu menjaga kebersihan tempat.

- b. Harga yang ada pada Rumah makan ibu ningsih bervariasi tergantung jenis sayurnya. Dengan harga yang terjangkau dan sayur yang enak, maka banyak sayur yang laku terjual di Rumah makan ibu ningsih.
  - c. Selalu menjaga hubungan baik dengan para pelanggan.
  - d. Rumah makan harus senantiasa meningkatkan mutu dan kualitas produk jasanya.
2. Bagi Penelitian selajutnyya
- a. Untuk penelitian selajutnya hendaklah menggunakan lebih dari satu perusahaan agar diperoleh hasil penelitian yang lebih mempresentasikan usaha menengah
  - b. Untuk penelitian selajutnya hendaklah lebih banyak materi yang diteliti agar penelitian lebih mendetail dan menggunakan lebih dari satu narasumber agar hasil penelitian lebih mempresentasikan usaha.