

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai Strategi Promosi Bibit Tanaman Melalui TikTok Live dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Akun TikTok @TNa Bibit Kabupaten Nganjuk), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi promosi melalui TikTok Live yang dilakukan oleh TNa Bibit melibatkan interaksi langsung dengan calon pembeli melalui *live streaming*. Strategi ini mencakup penyampaian informasi produk secara *real-time*, pemberian penawaran khusus seperti diskon dan bonus, serta konsistensi dalam jadwal live. Gaya komunikasi yang santai, persuasif, namun tetap informatif, serta peningkatan kualitas live yang menjadikan promosi lebih menarik dan efektif dalam menarik perhatian *audiens*. Strategi promosi yang diterapkan oleh TNa Bibit melalui TikTok Live meliputi interaksi *real-time* dengan konsumen, penawaran harga khusus, dan penyampaian informasi produk secara langsung dan menarik. Strategi ini dinilai sangat efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan konsumen.
2. Tingkat penjualan TNa Bibit menunjukkan peningkatan yang signifikan setelah menggunakan TikTok Live. Sebelum menggunakan TikTok Live, penjualan masih cenderung stabil dengan pertumbuhan yang moderat. Setelah memanfaatkan TikTok Live pada April tahun 2024, tercatat

adanya lonjakan jumlah penjualan hampir dua kali lipat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, membuktikan efektivitas strategi promosi tersebut dalam memperluas pasar dan meningkatkan transaksi. Terdapat peningkatan signifikan terhadap jumlah penjualan TNa Bibit setelah menggunakan TikTok Live. Tahun 2023 penjualan sebesar 2.520 bibit meningkat menjadi 4.643 bibit pada tahun 2024 setelah aktif menggunakan fitur tersebut, dan pada April tahun 2025 meningkat menjadi 9.316 bibit.

3. Strategi promosi melalui TikTok Live di TNa Bibit dalam perspektif Etika Bisnis Islam telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika syariah. Dalam pelaksanaannya, TNa Bibit menerapkan prinsip kejujuran dalam memberikan informasi produk, keadilan dalam penawaran harga, tanggung jawab terhadap layanan konsumen, serta transparansi dalam transaksi. Dengan demikian, kegiatan promosi yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai keislaman yang mengedepankan keberkahan dalam berbisnis. Dalam perspektif etika bisnis Islam, strategi promosi yang dilakukan oleh TNa Bibit telah memenuhi prinsip keadilan, kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi. Hal ini menunjukkan bahwa praktik bisnis yang dijalankan tidak hanya mengedepankan keuntungan, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai syariah.

B. Saran

1. Bagi pemilik usaha TNa Bibit disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan strategi promosi melalui TikTok Live, dengan tetap menjaga prinsip kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi.

Selain itu, pemilik usaha juga dapat mengeksplorasi fitur-fitur tambahan di TikTok untuk meningkatkan jangkauan pasar, seperti kolaborasi dengan influencer. Pemilik usaha harus memperhatikan aspek teknis promosi, seperti Frekuensi ideal live, Durasi dan waktu paling efektif, dan juga dapat mengkombinasikan promosi diskon dengan konten edukatif seputar perawatan tanaman agar lebih menarik minat konsumen sekaligus membangun kepercayaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan melibatkan lebih banyak informan untuk memperkuat hasil analisis. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi dan mahasiswa dalam memahami praktik bisnis digital yang etis dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, khususnya dalam konteks pemasaran melalui media social.