

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan oleh Catering Ladzidz dalam meningkatkan jumlah konsumennya berfokus pada empat hal, yakni: 1) produk, 2) harga, 3) promosi, dan 4) lokasi.
2. Strategi yang digunakan Catering Ladzidz dalam meningkatkan jumlah konsumen tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip marketing syariah, yakni: produk yang dijual merupakan produk yang baik, harga yang ditetapkan transparan, promosi yang dilakukan tidak mengandung unsur penipuan, dan lokasi bisnis strategis dengan target pasar.

#### **B. Saran**

Dari penelitian ini, peneliti memberikan beberapa masukan;

1. Bagi Catering Ladzidz

Dalam rangka untuk meningkatkan jumlah konsumen, terdapat strategi-strategi lain yang bisa digunakan, seperti pemberian diskon, pemberian kartu member, pemesanan melalui pihak ketiga seperti (Go-jek dan Grab). Harapannya, dengan menerapkan strategi yang tepat, jumlah konsumen di Catering Ladzidz akan meningkat dengan signifikan.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk menambahkan literatur dalam bidang pengusaha makanan dan etika bisnis islam, peneliti selanjutnya dapat menerapkan penelitian ini di pengusaha makan yang berbeda dan cakupan yang lebih luas. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel seperti hambatan dalam usaha, kekompakan tim, kepuasan pelanggan, dan sebagainya.