

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan tentang strategi pemasaran produk makanan yang dilakukan oleh Kober Mie Setan Kediri, penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kober Mie Setan Kediri termasuk usaha waralaba atau bisa disebut dengan franchise dalam mengembangkan usahanya menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix*, yakni produk, harga, tempat dan promosi.
2. Secara keseluruhan pemasaran yang dilaksanakan oleh Kober Mie Setan Kediri telah sesuai dengan nilai dan karakteristik pemasaran syariah, walaupun dalam pelaksanaannya nama yang dipakai dalam suatu produk makanan dan juga minuman yang disajikan terdapat nama-nama setan. Hal ini tidak dipermasalahkan oleh para konsumen yang berkunjung ditempat tersebut. Akan tetapi itu dipandang sebagai keunikan atau ciri khas dibandingkan dengan produk lain dengan alasan hanya sebagai *brand image* saja, hal tersebut jika dipandang dari segi pemasaran syariah tidak sesuai dengan karakter *teistis* atau *robaniyah* tetapi jika dinilai dari karakteristik yang lain maka produk tersebut diperbolehkan dengan alasan tidak melanggar aturan agama.

B. Saran

Dari kesimpulan di atas, penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Seharusnya pihak Kober Mie Setan Kediri memberikan nama yang baik pada produk makanannya, karena nama yang kurang baik bisa menghambat pengusaha jika ingin mendapatkan label halal dari MUI.
2. Jika Pihak Kober Mie Setan Kediri ingin melaksanakan strategi pemasaran sesuai syariah maka pengusaha bisa melakukan rebranding pada produknya dengan cara mengubah nama dan logo. Dengan demikian maka akan menimbulkan kepercayaan dari konsumen serta kemudahan dalam mendapatkan izin label halal dari MUI.